

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

**OSNUTEK ETIČNEGA KODEKSA
LOKALNE TELEVIZIJE MOJ TV**

Kandidatka: Bernarda Mandres
Študentka študija ob delu
Št. indeksa: 11190122600
Program: Komercialist
Mentor: Zlatko Mihaljčič, univ.dipl.soc.

Maribor, Julij 2009

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

Podpisana Bernarda Mandres, št. indeksa 11190122600, sem avtorica diplomske naloge z naslovom Osnutek etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV,

ki sem jo napisala pod mentorstvom Zlatka Mihaljčiča.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela.
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navadna oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia.
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili.
- Skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Kraj in datum, Selnica ob Dravi:

Podpis študenta:

ZAHVALA

Vse prehitro sta minili moji dve leti šolanja na Višji šoli Academia d.o.o.

Tam sem srečala in spoznala čudovite ljudi, od predavateljev do sošolcev.

Moja zahvala gre predvsem mojemu mentorju univ.dipl.soc. Zlatku Mihaljčiču za spodbudo, vodenje in svetovanje pri pisanju diplomske naloge.

Posebej bi se rada zahvalila somentorici ravnateljici mag. Mirjani Ivanuša-Bezjakovi za toplino, pomoč ter nasvete pri pisanju diplome.

Zahvala gre tudi mentorju v podjetju, direktorju lokalne televizije MOJ TV Dejanu Čegovnik.

Zahvalila bi se rada tudi sošolcem in sošolkam za vso pomoč v času študija. Posebno bi se tukaj zahvalila za čudovito delo, ki ga je opravljala sošolka Maja Bedenik za nas vse: od posredovanj elektronske pošte, naslovov, učnega gradiva, za pomoč in vodenje korespondence. Maja, hvala ti za vse, bila si nam v blagoslov in veliko pomoč.

Prav tako gre zahvala predsedniku našega razreda Zvonetu Šerdoner za vso organizacijo, spodbude in dobre nasvete v času šolanja.

Hvala tudi sošolki Nadi Tomažič za pomoč in podporo.

Prav tako bi se zahvalila sinu Sebastianu ter hčerki Julii Mandres, ki sta me podprla in me spodbujala ves čas šolanja.

Posebna zahvala gre lektorju moje diplomske naloge mag. Viktorju Andrejek za lektoriranje, nasvete ter spodbude v času mojega šolanja.

POVZETEK

V moji diplomski nalogi z naslovom »Osnutek etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV« sem se osredotočila v začetku na oglaševanje preko televizije ter kakšna naj bo vsebina oglasa.

Opisala sem kaj je novinarska etika ali etika odgovornosti.

Predstavila sem kodeks novinarjev Slovenije, kateri je sestavljen iz 27. točk. V kodeksu novinarjev so podane pravice in razmerja novinarjev do javnosti ter splošne etične norme.

Kodeks novinarjev je bil sprejet 10. oktobra 2002 v Izoli.

Navedla in opisala sem osnovna načela novinarjev: načelo resnicoljubnosti, načelo pravičnosti, načelo svobode, načelo človečnosti, načelo skrbništva.

Pomen etičnega kodeksa lokalnih televizij, kjer sem analizirala 8 etičnih kodeksov lokalnih televizij in zlorabe etičnega kodeksa. Moj namen priprave osnutka etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV je bil, da bi tudi lokalna televizija MOJ TV imela svoj etični kodeks.

Etični kodeks lokalne televizije je sestavljen iz 12. členov v katerih je opisano, kako naj ravnajo vsi zaposleni ter tudi zunanji sodelavci, ki ustvarjajo program lokalne televizije MOJ TV.

V primeru, ko se ta etični kodeks sprejme so tako izdajatelj in tudi vsi njegovi zaposleni ter pogodbeni delavci dolžni spoštovati ta etični kodeks povsem neodvisno in brez vsakega zunanjega vpliva. Izdajatelj kodeksa mora do konca februarja vsakega tekočega leta poslati Ministrstvu za kulturo Republike Slovenije in Svetu za radiodifuzijo poročilo o izvajanju tega kodeksa. Osnutek etičnega kodeksa je bil sestavljen v Selnici ob Dravi dne, 14. 08. 2008.

Z uporabo anketnega vprašalnika sem anketirala 50 fizičnih oseb na terenu – naključnih gledalcev programa MOJ TV ter 50 fizičnih oseb preko Interneta. Raziskavo sem delala na terenu v Občini Selnica ob Dravi v mesecih: avgustu in septembru 2008. Vzporedno je potekala tudi moja anketa 50 gledalcev lokalne televizije MOJ TV preko Interneta. Skupaj sem anketirala 100 fizičnih oseb. Pridobljene podatke iz ankete sem statistično obdelala in rezultate tabelarno predstavila.

ABSTRACT

In my Thesis entitled "Draft Code of Conduct local TV MY TV I was beginning to focus on television advertising over what should be the content of the ad.

I describe what the ethics of journalism or ethics of responsibility.

I presented a code of Journalists of Slovenia, which is composed of 27 points. The Code of journalists are given the rights of journalists and the relationship to the public and general ethical standards.

Code of Journalists was adopted on 10 October 2002 in Izola.

Stated and I described the basic principles of journalists: resnicoljubnosti principle, the principle of equity, the principle of freedom, the principle of humanity, the principle of trust.

The importance of the ethical code of the local television, where I analyzed the 8 ethical codes of local television and misuse of the Code of Conduct. My purpose of drafting a Code of Ethics for the local TV MY TV was that the local TV MY TV had its own code of ethics.

Code of Ethics of local television is composed of the 12th Articles which described how to handle all the employees as well as outside, which generate the local TV MY TV.

In the case of this code of ethics, adopt as both the issuer and also all its employees and contract workers are obliged to observe this code of ethics independently and without any external influence. Issued by the Code by the end of February each year to send the current Ministry of Culture of the Republic of Slovenia and the Council for broadcasting a report on the implementation of this Code.

Draft Code of Conduct has been drawn up in Selnica on Drava of 14 08. 2008.

By using the survey questionnaire, I interviewing 50 of natural persons on the ground - random viewers of MY TV, and 50 natural persons over the Internet. The survey I worked on the ground in the municipality at the Drava Selnica in months: August and September 2008. In parallel, it is also my interview 50 local television viewers MY TV over the Internet. Total am interviewing 100 of natural persons. The information obtained from surveys, I statistically processed and the results presented tabelarno.

KAZALO

OSNUTEK ETIČNEGA KODEKSA	1
1 UVOD.....	1
1.1 ORGANIZACIJA - PODJETJE	1
1.2 OPREDELITEV OBRAVNAVANE ZADEVE.....	1
1.3 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE DIPLOMSKEGA DELA	1
1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	2
1.5 PREDVIDENE METODE RAZISKOVANJA	2
2 OGLAŠEVALSKA ETIKA	3
2.1 POMEN OGLAŠEVALSKE ETIKE	3
2.2 KAKŠNA NAJ BO VSEBINA OGLASA	3
2.3 NAPIHOVANJE	4
3 NOVINARSKA ETIKA ALI TUDI ETIKA ODGOVORNOSTI	5
3.1 KODEKS NOVINARJEV SLOVENIJE – NOVINARSKO ČASTNO RAZSODIŠČE	6
3.2 OSNOVNA NAČELA ETIČNEGA IN MORALNEGA NOVINARSTVA	9
3.2.1 <i>Načelo resnicoljubnosti</i>	9
3.2.2 <i>Načelo pravičnosti</i>	9
3.2.3 <i>Načelo svobode</i>	10
3.2.4 <i>Načelo človečnosti</i>	10
3.2.5 <i>Načelo skrbništva</i>	10
3.3 ETIČNI KODEKS LOKALNIH TV	10
3.4 POMEN ETIČNEGA KODEKSA LOKALNIH TV	11
3.5 ZLORABE ETIČNEGA KODEKSA NA LOKALNIH TV	12
4 PREDLOG ETIČNEGA KODEKSA MOJ TV	14
4.1 PRAVNA NARAVA KODEKSOV.....	14
4.2 PRIPRAVA PREDLOGA ETIČNEGA KODEKSA LOKALNE TELEVIZIJE MOJ TV.....	14
4.3 NAMEN PREDLOGA ETIČNEGA KODEKSA LOKALNE TELEVIZIJE MOJ TV	15
4.4 OSNUTEK ETIČNEGA KODEKSA LOKALNE TELEVIZIJE MOJ TV SELNICA OB DRAVI.....	15
5 ANKETIRANJE FIZIČNIH OSEB	19
5.1 OPIS POTEKA ANKETIRANJA	19
5.2 SESTAVA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA	19
5.3 IZVEDBA ANKETE	20
5.3.1 <i>50 anketirancev preko Interneta</i>	20
5.4 50 NAKLJUČNIH ANKETIRANCEV - GLEDALCEV LOKALNE TELEVIZIJE MOJ TV NA TERENU	31
6 ZAKLJUČEK – MOJE ZAKLJUČNE UGOTOVITVE	42
6.1 PREDNOSTI LOKALNIH TV IN NJIHOV POMEN	42
6.2 SLABOSTI LOKALNIH TV	42
7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI.....	44
8 PRILOGE - ANKETNI VPRAŠALNIK.....	45
8.1 PRIMER: ETIČNI KODEKS TELEVIZIJE CELJE	47

Tabele in grafikoni

TABELA 1: ANKETIRANI PREKO INTERNETA: SPOL	20
TABELA 2: STAROST ANKETIRANIH PREKO INTERNETA	21
TABELA 3: STOPNJA IZOBRAZBE - ANKETIRANIH PREKO INTERNETA.....	22
TABELA 4: KOLIKO ČASA DNEVNO GLEDAJO TV ANKETIRANI PREKO INTERNETA?.....	23
TABELA 5: NATANČNOST IN TOČNOST PRISPEVKOV NA MOJ TV ANKETIRANI - PREKO INTERNETA.....	24
TABELA 6: UPOŠTEVANJE NAČELA RESNICOLJUBNOSTI – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	25
TABELA 7: UPOŠTEVANJE NAČELA SVOBODE – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	26
TABELA 8: UPOŠTEVANJE NAČELA ČLOVEČNOSTI – ANKETIRANI PREKO INTERNETA.....	27
TABELA 9: UPOŠTEVANJE ČLENOV KODEKSA – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	28
TABELA 10: POMEMBNOST LOKALNIH TV – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	29
TABELA 11: PREDNOST LOKALNIH TV PRED NACIONALKAMI – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	30
TABELA 12: SPOL ANKETIRANIH GLEDALCEV LOKALNE TV - NA TERENU	31
TABELA 13: STAROST ANKETIRANIH - NA TERENU	32
TABELA 14: STOPNJA IZOBRAZBE ANKETIRANIH NA TERENU	33
TABELA 15: KOLIKO ČASA DNEVNO GLEDAJO TV ANKETIRANI NA TERENU?	34
TABELA 16: NATANČNOST IN TOČNOST PRISPEVKOV NA MOJ TV – ANKETIRANI NA TERENU	35
TABELA 17: UPOŠTEVANJE NAČELA RESNICOLJUBNOSTI - ANKETIRANI NA TERENU.....	36
TABELA 18: UPOŠTEVANJE NAČELA SVOBODE - ANKETIRANI NA TERENU	37
TABELA 19: UPOŠTEVANJE NAČELA ČLOVEČNOSTI - ANKETIRANI NA TERENU	38
TABELA 20: ČLEN KODEKSA - ANKETIRANI NA TERENU	39
TABELA 21: POMEMBNOST LOKALNE TV - ANKETIRANI NA TERENU.....	40
TABELA 22: POMEMBNOST LOKALNE TV PRED NACIONALKAMI - ANKETIRANI NA TERENU.....	41
GRAFIKON 1: SPOL ANKETIRANIH PREKO INTERNETA	20
GRAFIKON 2: STAROST ANKETIRANIH PREKO INTERNETA	21
GRAFIKON 3: STOPNJA IZOBRAZBE ANKETIRANIH PREKO INTERNETA.....	22
GRAFIKON 4: KOLIKO ČASA DNEVNO GLEDAJO TV ANKETIRANI PREKO INTERNETA?.....	23
GRAFIKON 5: NATANČNOST IN TOČNOST PRISPEVKOV NA MOJ TV - ANKETIRANI PREKO INTERNETA.....	24
GRAFIKON 6: UPOŠTEVANJE NAČELA RESNICOLJUBNOSTI - PREKO INTERNETA	25
GRAFIKON 7: UPOŠTEVANJE NAČELA SVOBODE – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	26
GRAFIKON 8: UPOŠTEVANJE NAČELA ČLOVEČNOSTI – ANKETIRANI PREKO INTERNETA.....	27
GRAFIKON 9: UPOŠTEVANJE ČLENOV KODEKSA – ANKETIRANI PREKO INTERNETA.....	28
GRAFIKON 10: POMEMBNOST LOKALNIH TV – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	29
GRAFIKON 11: PREDNOST LOKALNIH TV PRED NACIONALKAMI – ANKETIRANI PREKO INTERNETA	30
GRAFIKON 12: SPOL ANKETIRANIH GLEDALCEV LOKALNE TV – NA TERENU	31
GRAFIKON 13: STAROST ANKETIRANIH NA TERENU	32
GRAFIKON 14: STOPNJA IZOBRAZBE ANKETIRANIH NA TERENU	33
GRAFIKON 15: KOLIKO ČASA DNEVNO GLEDAJO TV ANKETIRANI NA TERENU?	34
GRAFIKON 16: NATANČNOST IN TOČNOST PRISPEVKOV NA MOJ TV – ANKETIRANI NA TERENU	35
GRAFIKON 17: UPOŠTEVANJE NAČELA RESNICOLJUBNOSTI - ANKETIRANI NA TERENU	36
GRAFIKON 18: UPOŠTEVANJE NAČELA SVOBODE - ANKETIRANI NA TERENU	37
GRAFIKON 19: UPOŠTEVANJE NAČELA ČLOVEČNOSTI – ANKETIRANCI NA TERENU	38
GRAFIKON 20: UPOŠTEVANJE ČLENA KODEKSA - ANKETIRANI NA TERENU	39
GRAFIKON 21: POMEMBNOST LOKALNE TV - ANKETIRANI NA TERENU.....	40
GRAFIKON 22: POMEMBNOST LOKALNE TV PRED NACIONALKAMI - ANKETIRANI NA TERENU	41

1 UVOD

Etična načela so ljudje skozi zgodovino oblikovali v kratka in razumljiva življenjska navodila, katera so temelj za sožitje med ljudmi. Kodeks nima prednosti pred zakonom, vendar zaposleni v določenih dejavnostih dobijo skozi kodekse točno določena navodila in odgovore na večna vprašanja, kot na primer: kaj, kako in na kakšen način. Vsako podjetje mora poznati in upoštevati etični kodeks glede na stroko, s katero se ukvarja. Eden od kodeksov je tudi kodeks novinarjev Slovenije, kateri je bil sprejet leta 1991. Sestavljen je iz 12-ih členov. Med osnovnimi načeli so: resnicoljubnost, pravičnost, načelo svobode, načelo človečnosti in načelo skrbništva. Še posebej pomembno je, da se ta načela upoštevajo v javnih medijih, kot so lokalne televizije. Kodeksi poskušajo zagotoviti, da bo vedenje posameznika v skladu z

normami določene profesionalne skupine ljudi. V svoji diplomski nalogi sem želela predstaviti etični kodeks lokalnih televizij in napravila sem osnutek etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV, na kateri sem honorarno delala kot novinarka dve leti.

Osnutek etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV Selnica ob Dravi.

1.1 Organizacija - podjetje

Lokalna televizija MOJ TV je manjša lokalna televizija, katere lastnik je Dejan Čegovnik. Ustanovljena je bila leta 1993. Ukvarjajo se s produkcijo in trženjem lokalnega televizijskega programa na področju občin Selnica ob Dravi, Ruše in Lovrenc na Pohorju. Oddajajo preko lastnega oddajnika K48, ki dosega Maribor in dravsko dolino.

Tehnično so sposobni kvalitetno izdelati enostavne in zahtevne video spote, predstavitvene filme in glasbene spote, zahtevne produkcije za znane naročnike. Za snemanje javnih prireditev lahko z lastnim reportažnim vozilom z več kamerami posnamejo oddaje tudi na terenu.

1.2 Opredelitev obravnavane zadeve

V svoji diplomski nalogi želim proučiti etiko novinarskega dela ter pripraviti etični kodeks lokalne televizije MOJ TV.

Raziskati želim delovanje lokalne televizije iz etičnega vidika, kako se uporabljajo načela etike znotraj lokalne televizije ter koliko se pri tem upošteva etični kodeks .

1.3 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela

Namen mojega diplomskega dela je proučiti delovanje lokalne televizije in koliko se pri TV novicah in oglaševanju upoštevajo etična pravila, etični kodeks novinarjev ter etični kodeks televizije.

Moj cilj je izdelati osnutek etičnega kodeksa za lokalno televizijo MOJ TV.

Z anketo želim izvedeti, katere teme gledalci najraje gledajo, katere manj in katerih si želijo več na sporedu. Zanimajo me tudi starostne skupine gledalcev in spol. Vedno manj časa imajo ljudje na razpolago v današnjem »stresnem vsakdanjiku« za pridobivanje informacij preko časopisov, saj je televizija moderen in hiter medij poročanja o aktualnih dnevni, tedenskih in mesečnih dogodkih, kot so nesreče, politična dogajanja, vremenske katastrofe.

Želim se dotakniti samega poročanja: kaj je resnica, kaj je laž.

Cilj moje diplomske naloge je prikazati osnove ali temelje etike novinarstva in opredeliti etični kodeks televizije.

Hipoteza: vsaka televizija, tudi lokalna, bi morala imeti svoj etični kodeks in ga seveda upoštevati pri svojem delu.

1.4 Predpostavke in omejitve

Pri svoji diplomski nalogi sem uporabila notranjo literaturo lokalne televizije, katero mi je posredoval vodja podjetja. Zaradi majhnosti podjetja sem pridobila tudi dodatne informacije iz ostalih medijev in literature.

Uporabila sem povratna mnenja gledalcev, katere sem imela priložnost anketirati. S temi pridobljenimi podatki ankete sem ustvarila določeno mnenje in predvidevanja.

Svoja predvidevanja o določenih temah in gledanju televizijskih programov bom poskušala potrditi in prikazati z anketnim vprašalnikom ter predpostavljam, da bodo anketiranci iskreni in bodo rezultati korektni.

1.5 Predvidene metode raziskovanja

Z uporabo anketnega vprašalnika bom anketirala 50 fizičnih oseb – naključnih gledalcev programa MOJ TV ter 50 fizičnih oseb preko interneta. Raziskavo bom delala na terenu ter preko interneta. Anketirala bom skupno 100 fizičnih oseb.

Pridobljene podatke iz ankete bom statistično obdelala in rezultate tabelarično predstavila.

2 OGLAŠEVALSKA ETIKA

2.1 Pomen oglaševalske etike

Do začetka 20. stoletja je bila oglaševalska etika praktično nerazvita. Oglaševalska sporočila so bila delno neresnična ali zavajajoča. Posledica tega je bila, da so poslušalci tem sporočilom le deloma verjeli. Oglaševalci sami so zaradi tega dali pobudo, da se stanje uredi z zakonodajo. Izvajajo ga formalni organi oziroma telesa. V Sloveniji je to Oglaševalno razsodišče, v ZDA pa ga imenujejo Federal Trade Commission. Prav tako sodijo sem interna pravila za oglaševanje, ki jih sprejmejo posamezne oglaševalske agencije in mediji. V sodobnem oglaševanju delujeta vzporedno dva sistema: zunanji in osebni.

Prvi je zunanji sistem, ki temelji na institucionalnih pravilih, smernicah, formalni zakonodaji in organizacijskih postopkih.

Drugi etični sistem je osebni in temelji na posameznikovi presoji, kaj je prav in kaj ni. Sestavljen je iz posameznikovih odločitev, ki izhajajo iz predvidevanj kratkoročnih in dolgoročnih etičnih posledic akcij in dejanj posameznikov.

Televizija lahko s kombinacijo slike, glasu, gibanja in barve doseže večji učinek kot drugi mediji. Z oglaševanjem na TV si podjetja ali firme zagotovijo učinkovito izkoriščanje tehničnih možnosti in predvajanje določenih informacij. Oglaševanje na TV je za vsako podjetje stvar prestiža. Ena od pomanjkljivosti TV oglaševanja so visoki stroški in hitra pozabljivost gledalcev predvajanega TV oglasa. Z daljinskim upravljanjem gledalci pogosto menjujejo TV programe (kaj se dogaja drugod). Izdelava TV spotov je zelo draga. Oglaševalci se dnevno soočajo z naslednjimi glavnimi etičnimi vprašanji:

- Komu naj bo in komu naj ne bo oglaševanje namenjeno?
- Kaj naj bo in kaj naj ne bo oglaševano?
- Kakšna naj bo in kakšna naj ne bo vsebina oglasnega sporočila?
- Kakšen naj bo in kakšen naj ne bo simboličen oziroma dejanski značaj oglasnega sporočila?
- Kakšen naj bo in kakšen naj ne bo odnos med oglaševalci, oglaševalskimi agencijami in mediji?

http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/jacimovic409.pdf

TV oglasi so na splošno pojmovani kot najučinkovitejši širokopotrošniški oglaševalski format. To dokazujejo visoke cene, ki jih TV postaje zaračunavajo za reklamni čas med zelo gledanimi TV dogodki. Dober primer je ameriški Super bowl - finale ameriškega nogometa, kjer 30 sekund reklamnega časa stane 2,3 milijona dolarjev (podatek za 2004).

2.2 Kakšna naj bo vsebina oglasa

Televizija je javni medij ter tako kot večina drugih stvari v življenju je lahko pozitivna in koristna, če z njo ne pretiravamo. Je idealen medij promocije blagovnih znamk. Potencialne nevarnosti ležijo v pretirani odvisnosti ali nekritičnem sprejemanju televizije.

Tudi pri gledanju televizije oglasi gledalce napeljujejo na mišljenje, da je predstavljen predmet ali stvar v reklami nujno potreben. Včasih v nas prebudi gorečo željo, da čim prej dobimo ta predmet, npr. lep nov avto ali novo čokolado, novo vrsto piva. Prav tako so pogosta reklamna sporočila za nego las ali obstojnost laka, npr. Taft zjutraj v Parizu, popoldne v Londonu in zvečer v Rimu - z uporabo tega preparata bo pričeska obstojna ves dan in bomo zapeljive in lepe.

Večina oglaševalcev se sklicuje na to, da ima vsak posamezni potrošnik svojo neodvisno miselnost in da oglaševanje potemtakem ne more samo po sebi vplivati na njegovo odločitev.

Zato naj bo vsebina oglasa kratka, jedrnata in duhovita, da v nas prebudi željo, da je to prava stvar za nas. Zakaj imamo gledalci radi TV oglase?

- Ker so oglasi kratki in se pogosto ponavljajo. Starejši in otroci se jih naučijo na pamet, tudi če vsebine ne razumejo.
- Ker se v oglasih različne podobe hitro menjavajo in se kar naprej nekaj dogaja.
- Ker večino oglasov spremlja glasba ali pa celo znana pesem, ki se je otroci z veseljem naučijo na pamet.
- Ker so oglasi praviloma barviti in lepe podobe pritegnejo našo pozornost.
- Ker so oglasi estetsko privlačni in tehnično dovršeni - lepa slika, dober zvok, lepi ljudje, dobri avtomobili.
- Ker so mnogi oglasi čustveno obarvani in vedno ponujajo rešitev iz stiske ali pomiritev nastalega spora med starši in otroki, možem in ženo ... Nastopajoči so simpatični in zadovoljni.
- Ker v oglasih nastopajo osebe, ki bi jim bili mladi radi podobni. Prikazane osebe v oglasih so lepe, zapeljive, uspešne, ljubljene.
- Zadnje čase veliko oglasov snemajo tudi z različnimi živalmi, kajti ljudje postajamo vedno bolj ekološko osveščeni. Izdelovalci TV oglasov se zavedajo, kako pomembne so živali za otroke in tudi odrasle, npr: mačke, psi, opice, delfini.
- »Navedene oblike oglaševanja – TV oglasa niso enako uporabne za vse tržne aktivnosti, zato je pri izvajanju programa TV oglasa najpomembnejša naloga ustrezno usklajevanje reklamnih izdelkov in reklamnih posrednikov – TV medijev, da bi z namenjenimi oglasi dosegli najboljše prodajne oz. reklame učinke« (Potočnik, 2005, 325).

2.3 Napihovanje

Napihovanje oziroma pretiravanje je v oglaševanju navadno dovoljeno in je pogost pojav, zato ga velikokrat poimenujejo kar »dovoljena laž«. Gre za oglaševanje, ki povečuje predmet prodaje s subjektivnimi mnenji, superlativi, prispodobami in nenavadnimi predstavami, ki ne temeljijo na specifičnih dejstvih. Obstajata dve obliki pretiravanja:

- subjektivna mnenja o izdelku in njegovi kakovosti, kot npr.: najboljši, najcenejši, največji;
- pretiravanja – potegavščine oziroma sleparije, kjer je očitno, da gre za neresnico.

»Po Kantu namreč laž vedno škoduje drugemu, če ne nekemu določenemu človeku, pa človeštvu nasploh« (Poler, 1997, 114).

3 NOVINARSKA ETIKA ALI TUDI ETIKA ODGOVORNOSTI

Novinarska etika je preprosto povedano »etika novinarjev«. Kajti novinarji zbirajo informacije, selekcionirajo dogodke in dejstva ter oblikujejo novinarska poročila. Sem spada tudi novinarska morala, ki pomeni konkretno ravnanje novinarjev v določenem času in prostoru. Morala je časovno, krajevno in družbeno pogojena in je niz določenih norm in standardov.

Novinarstvo uresničuje tako pravico obveščanja kot pravico biti obveščen. Temelji novinarskega sporočanja so odnosi do ljudi, človek kot oseba pa predstavlja najvišje dobro, h kateremu je usmerjena etična naravnost novinarstva.

Cena neetičnega ravnanja v novinarstvu in v poslovanju je zelo visoka. Morda je videti, da je etika neoprijemljiva in izmuzljiva. Toda na koncu lahko ogrozi tisto, kar je trdno, oprijemljivo in ugotovljivo – dobiček. Poleg tega si zaradi zanemarjanja etike lahko napravimo dobro ime in uničimo kariero. Cena neetičnega vedenja se kaže na več načinov:

- Če pride do sporov in tožb, so odvetniki, sodni procesi in sodne poravnave zelo drage, ker mora podjetje plačati visoke odškodnine. Z neetičnim ravnanjem si lahko uničimo tudi kariero.
- Vendar ni nujno, da so posledice neetičnega ravnanja vedno tako skrajne. Načeto dobro ime lahko zmanjša gledanost, kar posledično zmanjša tudi dobiček.
- »Podjetje mora vložiti veliko denarja v reklamo, da bi si povrnilo dobro ime. Prav tako morajo tudi novinarji vložiti veliko truda v novinarske konference, predstavitve, morda se celo določena TV odloči za nov dizajn, nov logotip.«
http://stres.a.gape.org/probl_mediji/nov_etika_pihlar.doc

Mediji, ki v veliki meri vplivajo na ljudi, so tudi način za povečevanje etičnosti. Radio, časopisi, televizijske postaje in internet so množični mediji, ki imajo velik vpliv na ljudi, najsibo ta pozitiven ali pa ne. Ljudje si velikokrat izberejo za vzornika prav neko medijsko osebo, katere pa v praktičnem življenju sploh ne poznajo. Ne vedo, kaj ta oseba dela v vsakodnevem življenju. Zato je pomembno, da znane osebnosti vsaj v javnosti sprejemajo etične odločitve in spodbujajo dobra dejanja, kot npr: zbirajo denar za odpravo posledic toče, poplav, za otroke v Afriki in drugod po svetu. Za Unicef zbirajo: Milena Zupančič, Lado Leskovar, Marko Simeunovič, Vita Mavrič Stražišar ter Zlatko Zahovič.

3.1 Kodeks novinarjev Slovenije – Novinarsko častno razsodišče

Preambula

Prvo vodilo dela novinarjev je pravica javnosti do čim boljše informiranosti. Obveščenost javnosti je temelj delovanja sodobnih družb in je pogoj za delovanje demokratičnega sistema. Da bi zagotovili pravico javnosti do obveščenosti, morajo novinarji vedno braniti načela svobode zbiranja in objavljanja informacij in pravico do izražanja mnenj. Novinarji so dolžni predstavljati celovito sliko dogodkov in morajo svoje delo, ob spoštovanju pravic drugih, opravljati natančno in vestno. Takšno delo je temelj verodostojnosti novinarjev. Kodeks velja za besedilo, fotografijo, sliko in zvok.

Novinarsko delo

1. Novinar mora preverjati točnost zbranih informacij in biti previden, da se izogne napakam. Svoje napake - četudi nenamerne - mora priznati in popraviti.
2. Novinar mora pri objavljanju informacij, ki vsebujejo hude obtožbe, poskušati pridobiti tudi odziv tistih, ki jih te informacije zadevajo.
3. Ko novinar objavlja nepotrjene informacije ali ugibanja, mora na to opozoriti.
4. Novinar mora, kadar je le mogoče, navesti vir informacije. Javnost ima pravico poznati vir informacije, da bi lahko ocenila njen pomen in verodostojnost. Če sicer ni mogoče pridobiti informacije, se novinar lahko dogovori o anonimnosti vira.
5. Novinar sme zavrniti pričanje in razkritje vira informacij.
6. Novinar se mora izogibati plačevanju informacij in mora biti previden pri tistih, ki v zameno za informacije pričakujejo denar ali ugodnosti.
7. Novinar ne sme zamolčati pomembnih informacij, ki jih je zbral, prav tako ne sme ponarejati dokumentov.
8. Montaža, napovedi, naslovi in podnapisi ne smejo ponarejati vsebine. Primerno mora biti označena tudi simbolna ali arhivska slika.
9. Plagiat so nedopustni.
10. Novinar se mora izogibati nedovoljenim načinom zbiranja podatkov. Če informacij, ki so za javnost izrednega pomena, ni mogoče pridobiti drugače, mora svoje ravnanje in razloge zanj predstaviti javnosti.
11. Novinar mora ločiti informacije od komentarjev. Razlika med poročilom o dejstvih in komentarjem mora biti jasno razvidna.
12. Če je novinar vpleten v dogodke, o katerih poroča, mora to razkriti oziroma se kot novinar izločiti.

Konflikti interesov

13. Prepletanje ali združevanje novinarskih in oglaševalskih besedil ter opravil ni dopustno.

14. Oglasna sporočila, plačane objave in oglasi morajo biti razpoznavno in nedvoumno ločeni od novinarskih besedil. Če bi utegnil obstajati kakršenkoli dvom, mora biti nedvoumno označeno, da gre za oglas. Hibridi med oglaševalskimi in novinarskimi vsebinami so nedopustni.

15. Novinar se mora izogibati situacijam, ki bi lahko privedle do konflikta interesov, dejanskega ali navideznega, s katerim bi lahko kompromitiral svoje dobro ime oziroma novinarsko skupnost.

16. Da bi se novinar izognil tako dejanskim kot navideznim konfliktom interesov, se mora odreči darilom, uslugam in nagradam, mora se izogibati brezplačnim potovanjem in drugim ugodnostim, dodatnim zaposlitvam, delu v politiki, državnih uradih ali drugih javnih institucijah, če bi to lahko zmanjšalo njegovo verodostojnost ali verodostojnost novinarske skupnosti.

17. Novinar ne sme zlorabljati informacij o finančnih dogodkih, ki jih dobi pri svojem profesionalnem delu, za osebne interese. Če trguje z vrednostnimi papirji, o katerih poroča, mora to razkriti javnosti.

18. Novinar je dolžan zavrniti ugodnosti, ki jih ponujajo oglaševalci ali interesne skupine, in se upreti poskusom, da bi vplivali na njegovo poročanje.

19. Morebitne neizogibne konflikte interesov mora razkriti javnosti ali se kot novinar iz poročanja in komentiranja izločiti.

Splošne etične norme

20. Novinar spoštuje pravico posameznika do zasebnosti in se izogiba senzacionalističnemu in neupravičenemu razkrivanju njegove zasebnosti v javnosti. Poseg v posameznikovo zasebnost je dovoljen le, če za to obstaja javni interes. Pri poročanju o javnih osebnostih in tistih, ki želijo dobiti moč in vpliv ter vzbujati pozornost, je pravica javnosti do obveščenosti širša. Novinar se mora zavedati, da lahko z zbiranjem ter objavo informacij in fotografij škodi posameznikom, ki niso vajeni medijske in javne pozornosti.

21. Ko novinar poroča s področja pravosodja, upošteva, da nihče ni kriv, dokler ni pravnomočno obsojen. Novinar mora biti pazljiv pri omembi imen in objavi slik storilcev, žrtev ter njihovih svojcev v poročilih o nesrečah in predkazenskih postopkih.

22. Posebno obzirnost mora pokazati pri zbiranju informacij, poročanju in objavi fotografij ter prenašanju izjav o otrocih in mladoletnikih, tistih, ki jih je doletela nesreča ali družinska tragedija, osebah z motnjami v telesnem ali duševnem razvoju ter drugih huje prizadetih ali bolnih.

23. Novinar se mora izogibati rasnim, spolnim, starostnim, verskim, etničnim in geografskim stereotipom ter stereotipom, povezanih s spolnimi nagnjenji, invalidnostjo, fizičnim videzom in socialnim položajem.

Nedopustno je spodbujanje k nasilju in nestrpnosti, diskriminiranje na podlagi spola, pripadnosti etnični, verski, socialni ali narodni skupnosti, žaljenje verskih čustev in običajev ter netenje mednacionalnih trenj.

Pravice novinarjev in razmerja do javnosti

24. Novinar ima pravico zavrniti delo, ki je v nasprotju s tem kodeksom ali njegovim prepričanjem.

25. Nihče ne sme brez soglasja novinarja pomensko spremeniti ali predelati njegovega izdelka. Novinar ima pravico podpisovati prispevke. Ni ga mogoče podpisovati brez njegove vednosti ali proti njegovi volji.

26. Novinar je zavezan odzvati se vabilu na razpravo Častnega razsodišča in mora upoštevati njegove razsodbe. Glede svojega profesionalnega ravnanja kot pristojno priznava zgolj sodbo svojih poklicnih kolegov.

27. Novinar je dolžan upoštevati enaka merila, kot jih sam zahteva od drugih.

Kodeks je bil sprejet 10. oktobra 2002 v Izoli.

Moj komentar k Kodeksu slovenskih novinarjev:

Sam kodeks je sestavljen iz 27-ih točk. Bil je sprejet v Izoli oktobra 2002. Razdeljen je na štiri ključna poglavja: Novinarsko delo, Konflikti interesov, Splošne etične norme, Pravice novinarjev in razmerja do javnosti.

- Novinarsko delo sestavlja 12 točk, katere se nanašajo na preverjanje točnosti, opozarjanje na nepotrjene informacije, navajanje virov informacij, novinar ima tudi pravico, da zavrne razkritje informacij, mora se izogibati plačevanju informacij, ne sme zamolčati pomembnih informacij; montaža, naslovi ne smejo ponarejati vsebine, nedopustnost plagiatov, ločiti mora informacije od komentarjev; če je sam vpleten v dogodke, o katerih poroča, mora to razložiti in se kot novinar izločiti.
- Konflikti interesov sestavljajo 7 točk, v katerih je navedeno, da prepletanje ali združevanje novinarskih in oglaševalskih besedil ni dopustno. Oglasna sporočila morajo biti ločena od novinarskih sporočil. Hibridi med oglaševalskimi in novinarskimi sporočili so nedopustni. Novinar se mora odreči darilom, uslugam, nagradam. Izogibati se mora brezplačnim potovanjem in drugim ugodnostim, da bi se izognil dejanskim ali navideznim konfliktom interesov. Ne sme izrabljati informacij o finančnih dogodkih, katere dobi pri profesionalnem delu. Neizogibne konflikte interesov mora razkriti javnosti ali pa se kot novinar iz poročanja izločiti.
- Splošne etične norme sestavljajo 4 točke, v katerih je navedeno, da mora novinar spoštovati pravice posameznika do njegove zasebnosti, poseg v posameznikovo zasebnost je dovoljen le, če za to obstaja javni interes. Pri poročanju o javnih osebnostih je pravica javnosti do obveščenosti širša. Kadar novinar poroča s področja pravosodja, mora upoštevati, da nihče ni kriv, dokler ni pravnomočno obsojen. Posebej mora biti obziren pri objavi fotografij in izjav o otrocih ali mladoletnikih, katere je doletela nesreča ali družinska

tragedija. Novinar se mora izogibati rasnim, spolnim, starostnim, verskim, etičnim in geografskim stereotipom. Diskriminacija zaradi spola, etnične, verske, socialne ali narodne pripadnosti ni dopustna.

- Pravice novinarjev in razmerja do javnosti sestavljajo 4 točke. Novinar ima pravico zavrniti delo, ki je v nasprotju s tem kodeksom ali njegovim prepričanjem. Nihče ne sme brez novinarjevega soglasja spremeniti ali predelati njegovega izdelka. Novinar je zavezan odzvati se na razpravo Častnega razsodišča in mora upoštevati njegove razsodbe. Novinar je dolžan upoštevati enaka merila, ki jih sam zahteva od drugih.

Pri oblikovanju novega Kodeksa novinarjev Slovenije so posebno pozornost posvetili rešitvam kodeksa Mednarodne zveze novinarjev (IFJ) in kodeksa ameriškega Društva profesionalnih novinarjev (SPJ).

Novi slovenski novinarski kodeks si zasluži vso pohvalo. Poročati o novici, razlagati jo, podati ozadje, nakazati možen razvoj dogodkov – da, toda kako ima lahko novinar pravico, da izrazi svoje mnenje, razen če ni strokovnjak na tistem področju?

Žal pa tako kot vsi ostali kodeksi, z le nekaterimi izjemami, tudi slovenski novinarski kodeks niti ne črnhne o najhujših grehih medijev in novinarjev.

Vzrok za to najpogosteje tiči v dejstvu, da novi kodeksi nastajajo na podlagi prej obstoječih. Ena največjih ovir pri izpopolnjevanju obveščevalnih medijev je novinarska tradicija, ki že dolgo ni več prilagojena potrebam državljanov v demokratičnih družbah 21. stoletja. Preostanek, ki ostaja skrit pod gladino, takšno novinarstvo ignorira, še posebno, kadar gre za dogodke, ki ne pokrivajo tradicionalnih področij.

(Poler, 2005, 193).

3.2 Osnovna načela etičnega in moralnega novinarstva

Novinarji morajo pri svojem delu upoštevati pet temeljnih osnovnih načel etičnega in moralnega novinarstva. Sem spadajo: načelo resnicoljubnosti, načelo pravičnosti, načelo svobode, načelo človečnosti ter načelo skrbništva.

Novinarji, ki si prizadevajo za etično in moralno novinarstvo, naj upoštevajo naslednja načela. (Lambreht, 1997, 37-49).

3.2.1 Načelo resnicoljubnosti

Načelo resnicoljubnosti in točnost poročanja ter preverjanje informacij.

»V modernih demokracijah je svoboda tiska uporabljena kot plašč, ki ščiti prevlado medijskih konglomeratov nad javno razpravo, zaradi česar se lahko širi lažna in nepopravljena informacija in zaradi česar je lahko ugled ljudi bodisi selektivno povečan ali razcefran. Svoboda tiska ni brezpogojno dobro. Kadar mediji zavajajo, dodaja O'Neillova, so izviri javnega diskurza in javnega življenja zastrupljeni« (Hargreaves, 2007, 15).

3.2.2 Načelo pravičnosti

Načelo pravičnosti pomeni skrb za nepristranskost, ki vključuje celovitost, tehtnost in poštenost do gledalca.

3.2.3 Načelo svobode

Načelo svobode, to so razmere, v katerih ni strankarskih pritiskov ne na novinarja ne na njegovo delo.

3.2.4 Načelo človečnosti

Načelo človečnosti – novinar naj pomaga sočloveku, ki se je znašel v stiski, hkrati pa ne sme povzročati namerne škode drugemu.

3.2.5 Načelo skrbništva

Načelo skrbništva – množični mediji imajo odgovornost do javnosti, tako da nadzorujejo delo institucij v družbi.

Moj komentar:

- Pri načelu resnicoljubnosti mora novinar paziti na resničnost in točnost poročanja – preveriti informacije.
- Pri načelu pravičnosti mora novinar upoštevati nepristranskost in celovitost poročanja, da je njegovo poročanje tehtno in pošteno do gledalca.
- Pri načelu svobode je pomembno, da novinar poroča svobodno, ne pod pritiskom katerekoli stranke (ali pozicijske ali opozicijske).
- Pri načelu človečnosti mora novinar pomagati sočloveku, ki se je zaradi okoliščin znašel v stiski ter ne sme njemu ali komurkoli povzročati namerne škode.
- Pri načelu skrbništva imajo mediji to odgovornost do javnosti, da nadzirajo delo institucij v naši družbi.

3.3 Etični kodeks lokalnih TV

Zadnje čase so vse bolj priljubljeno sredstvo za zagotavljanje etičnega ravnanja etični kodeksi. Vendar ni dovolj, da imajo določene lokalne TV svoj etični kodeks, morajo ga tudi v praksi uporabljati. Kajti vsi zaposleni se morajo s tem kodeksom seznaniti in ga tudi razumeti, ga sprejeti in se obnašati ter odločati v skladu s pravili kodeksa.

Kodeks je zakonik, zbirka zakonov, družbeno priznan in uveljavljen sistem načel in predpisov.

Etični kodeks lokalnih TV sestavlja mešanica tehničnih, pravnih in moralnih pravil. Vključevati bi moral imperative, kot je to imenoval Kant, ki dajejo podobo dobremu, blaginji, pravicam, odgovornosti in prepovedujejo aktivnosti, ki delujejo v nasprotni smeri. Etični kodeks televizije in tudi lokalne TV je zelo pomemben.

»TV mediji sooblikujejo vrednote, s svojimi stereotipi in klišeji opredeljujejo naša stališča. S svojimi izbirami govorijo, kdo in kakšni so junaki današnjega dne, s ponujenimi vzorci vedenja oblikujejo kulturo. S tem, ko predstavljajo določene modele ravnanj (jih legitimizirajo), predstavljajo okvir, kaj je prav in dobro, kaj družbeno neugledno in nekoristno« (Košir, Ranfl, 1996, 27).

3.4 Pomen etičnega kodeksa lokalnih TV

Z etičnim kodeksom se določajo interna etična in estetska merila. Z etičnim kodeksom lokalnih TV se določa:

Če primerjamo med seboj nekaj etičnih kodeksov različnih lokalnih televizij, vidimo, da ti določajo naslednje vsebine:

- Vsebinske pogoje
- Časovne omejitve
- Zaščite glede na starostne omejitve za objavljane programskih vsebin, ki bi lahko škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladostnikov
- Odgovornost za oblikovanje internih pravil in njihovo izvrševanje
- Postopek in odgovornost oseb za obravnavanje pritožb s področja, ki ga ureja kodeks
- Načine promocije vsebin, ki ga določa kodeks
- V televizijskem programu lokalnih TV naj se ne bi predvajale oddaje s pornografskimi vsebinami in z vsebinami pretiranega nasilja, ki bi lahko škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladostnikov, razen po pogojih in v skladu z merili, ki so določena z etičnim kodeksom lokalne TV.
- Če je to v etičnem kodeksu lokalne TV določeno, lahko lokalna TV predvaja informativne prizore s fizičnim, verbalnim in drugim psihičnim nasiljem ter prizore seksualnosti le v določenih časovnih terminih, potrebno pa je upoštevati starostne kategorije, ki vključujejo prikaze spolnih dejanj z uporabo takoj prepoznavnega in grobega nasilja.
- Časovne omejitve predvajanja določenih oddaj, kot npr. med 21.00 in 05.00 uro za vsebine, ki niso primerne za otroke, mlajše od 12 let.
- Vsebine, ki niso primerne za otroke, mlajše od 15 let.
- Med 24.00 in 05.00 uro pa vsebine, ki niso primerne za mlajše od 18. let.
- Kadar lokalne TV predvajajo določene oddaje, ki niso primerne za otroke, jih morajo tudi tehnično označiti, kot npr.: ZS – z dovoljenjem staršev, 12+, 15+, 18+, za oznake oddaj, primernih za starejše od označene starosti.
- Lokalne TV naj bi predvajale oddaje, ki so namenjene najmlajšim in otrokom do 6. leta starosti do 19. ure (ker kasneje ti otroci že spijo). Oddaje, predvajane v tem času z vsebinami, ki pri otrocih vzbujajo tesnobo in nelagodje, pa naj bi bile označene z ZS.
- Oddaje, ki so namenjene otrokom do 12. leta starosti do približno 21. ure, označene z ZS.
- Oddaje, ki so namenjene otrokom nad 12 let starosti, naj bodo označene z 12+.
- Oddaje, ki so namenjene mladostnikom nad 15 let starosti, naj bodo označene s 15+.
- Oddaje, ki so primerne samo za osebe, starejše od 18 let, naj imajo oznako 18+.

<http://www.tvcelje.si/index.cgi?m=51&id=11;>

http://www.tvpika.net/sl/informacija.asp?id_meta_type=28&type_informacij=1;

http://www.petelin.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=39http://etv.elektroprom.si/;

http://studio-signal.skyline.si/dokumenti/eticni_estetski_kodeks;

<http://www.sponka.tv/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=60.>

Odgovorna instances za oblikovanje etičnega kodeksa lokalnih TV in njegovo izvajanje v programu je odgovorni TV urednik.

Izdajatelj programa na lokalnih TV morajo vsako pritožbo s področja njihovega lokalnega kodeksa obravnavati posamično v roku treh dni po prejemu pritožbe, pritožniku pa morajo odgovoriti v sedmih dneh. Z vsebino pritožbe in odgovorom je potrebno seznaniti vse sodelujoče pri ustvarjanju obravnavanih in predvajanih vsebin na lokalni TV.

Izdajatelj lokalnega programa mora v skladu s programsko shemo tudi na svojih teletekstovih straneh promovirati pravila o označevanju programskih vsebin, ki so predmet takega kodeksa, odgovornosti izdajatelja programa, starševske odgovornosti ter pritožbenih mehanizmov.

Poleg etičnega kodeksa lokalnih TV se pri pripravi oddaj za predvajanje v programu lokalne TV, ki so pomembne za zaščito otrok in mladostnikov, mora upoštevati predpise, ki urejajo to področje, zlasti Zakon o medijih, Konvencijo o človekovih pravicah in osebnih svoboščinah, Splošno deklaracijo o človekovih pravicah, Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta o televiziji brez meja kot tudi Smernice Sveta za radiodifuzijo za vsebinsko oblikovanje internih in estetskih pravil izdajateljev televizijskih programov.

Etični kodeks lokalnih TV začne veljati z dnem, ko ga podpiše direktor izdajatelja etičnega kodeksa. Z njim je potrebno seznaniti vse zaposlene in druge sodelavce lokalne TV.

3.5 Zlorabe etičnega kodeksa na lokalnih TV

V dobro javnosti in medijev upajmo, da zagotovi o pomenu in upoštevanju pripomb bralcev, poslušalcev in gledalcev niso le krilatice in da je slovensko novinarstvo izjema, ki potrjuje pravilo: »Novinarji ne morejo rešiti sveta; ne morejo niti zmanjšati bolečine matere in očeta, ki jima je v prometni nesreči umrl sin. Kar pa novinarji lahko storijo, je, da so v poročanju točni, razumljivi, obveščeni in občutljivi. In ko poročajo o tistih, ki se znajdejo v središču medijskega zanimanja, so novinarji lahko objektivni – ne objektivni v smislu neodvisnosti in nepristranskosti, ampak objektivni v smislu spoštovanja« (Poler, 1997, 239).

Zagotovo drži, da javnost premalo ve o težavnosti marsikatero odločitve, ki jo morajo sprejeti novinarji in uredniki, pa tudi o delu v medijih nasploh. To bi lahko odpravila uveljavitev tistih idej, ki tok izmenjave mnenj in argumentov o novinarskih in uredniških odločitvah sprožajo na strani medijev in ga usmerjajo k njihovim bralcem, poslušalcem oziroma gledalcem.

Podobi slovenskih medijev in razumevanju le-teh s strani odjemalcev ne bi škodili niti občasni pripisi z utemeljitvijo posebno težavnih uredniških odločitev, dobrodošle bi bile tudi redne kolumne in komentarji o medijskih vprašanjih.

Takšne in podobne poteze bi medije približale uporabnikom, ki bi pri branju, poslušanju ali gledanju njihovih vsebin bolje razumeli, kako so te nastale, in bi si sami znali odgovoriti na marsikatero pogosto vprašanje, ki ga zdaj vedno znova in vsak posebej naslavlja na urednike in novinarje.

Naši gledalci in poslušalci so namreč tudi volivci in potrošniki, zato bi bili lahko naši najbolj dragoceni in najmočnejši zavezniki v manjših in večjih bitkah za samostojnost, neodvisnost in kakovost novinarstva.

V položaju, v kakršnem smo, je iluzorno pričakovati, da se bo širši krog ljudi zanimal za razkole zaradi spornih uredniških odločitev, za prenose določenih pravic s skupščin medijev na njihove uprave, za dogajanje v svetu, za umestitev novinarjev javnega zavoda med javne uslužbence, za napovedi novinarskih stavk, za razkrite pritiske oglaševalcev, za delo in razsodbe Novinarskega častnega razsodišča in tako naprej.

Slovensko okolje je očitno dovzetno za sisteme medijske odgovornosti. Negativnih odzivov na obstoječe v javnosti praktično ni, tudi o negativnih vplivih na same medije ni sledu.

Vsi skupaj pa dolgoročno lastnikom medijev zagotavljajo visoke dobičke, novinarskemu poklicu, ki je tako res v službi javnosti, pa močno zaledje pri napadih na njegovo kakovost in neodvisnost.

4 PREDLOG ETIČNEGA KODEKSA MOJ TV

4.1 Pravna narava kodeksov

Poznamo kar nekaj oblik etičnih pravil. Ena izmed njih je tudi etični kodeks. Kodeksi poskušajo zagotoviti, da bo vedenje posameznika v skladu z normami določene profesionalne skupine ljudi. Kodekse uvrščamo tako v notranje kot tudi v zunanje vire etike.

To pomeni, da kodekse lahko oblikujejo v podjetju ali pa na ravni panoge. S kodeksi se srečujemo na mnogih področjih, npr.: na področju odnosov med industrijskimi podjetji, v zdravstvu ali pa v podjetjih na splošno. Tudi sprejemanje kodeksov je v domeni različnih institucij. Lahko jih sprejemajo vladne organizacije. Primer takega kodeksa je Prometni kodeks, ki ga sprejme ministrstvo za promet. Lahko ga sprejme kakšna organizacija, ki pokriva določeno sfero gospodarstva, npr. trgovinsko združenje, lahko pa ga sprejmejo podjetja za oblikovanje etičnih načel znotraj podjetja.

Posledica zelo pisane narave tako izdajateljev kot postopkov sprejemanja kodeksov je tudi njihova različna pravna narava. Mehanizmi, s katerimi gospodarske družbe in njihove organe, lastnike ter zaposlene spodbujajo k upoštevanju odločb in priporočil kodeksov, so precej različni. Večinoma so kodeksi dispozitivne narave oziroma jih posamezna družba upošteva le, če želi. To je logično, saj je prav ne prisilni način urejanja in puščanja določene svobode posameznim družbam bistvo kodeksov in eden od razlogov, zakaj se stvari ne uredijo z zakoni. Kljub temu pa imajo določeno moč in pomen, saj gre za avtonomne norme, sprejete s soglasjem.

(Bajuk, Kostrevc, Podbevšek, 2003, 105).

4.2 Priprava predloga etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV

Pri sami pripravi predloga etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV iz Selnice ob Dravi sem se sestala z direktorjem te lokalne TV, g. Dejanom Čegovnikom. Skupaj sva podala nekatere smernice in predloge za samo pripravo predloga etičnega kodeksa te lokalne televizije.

Pri pripravi predloga etičnega kodeksa lokalne TV sem analizirala že obstoječe etične kodekse naslednjih lokalnih televizij:

- TV Idea
- TVM
- TV Celje
- TV Petelin
- Lokalna TV ETV
- TV Pika
- Čarli TV
- Prva TV

4.3 Namen predloga etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV

Moj namen predloga etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV je bil, da tudi ta lokalna TV dobi svoj etični kodeks. V predlogu etičnega kodeksa naj bi bilo zajeto:

- Vsebinski pogoji
- Časovne omejitve – vsebine, ki niso primerne za otroke
- Zaščite glede starostne omejitve za objavljane programskih vsebin, katere bi lahko škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladostnikov
- Odgovornost za oblikovanje internih pravil in njihovo izvrševanje
- Postopek in odgovornost oseb za obravnavanje pritožb s področja, ki ga ureja kodeks
- Načine promocije vsebin, ki ga določa kodeks
- V televizijskem programu lokalnih TV naj se ne bi predvajale oddaje s pornografskimi vsebinami in z vsebinami pretiranega nasilja, ki bi lahko škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladostnikov, razen po pogojih in v skladu z merili, ki so določena z etičnim kodeksom lokalne TV.
- Če je to v etičnem kodeksu lokalne TV določeno, lahko lokalna TV predvaja informativne prizore s fizičnim, verbalnim in drugim psihičnim nasiljem ter prizore seksualnosti le v določenih časovnih terminih, potrebno pa je upoštevati starostne kategorije, ki vključujejo prikaze spolnih dejanj z uporabo takoj prepoznavnega in grobega nasilja.
- Kadar lokalne TV predvajajo določene oddaje, ki niso primerne za otroke, jih morajo tudi tehnično označiti, kot npr.: ZS – z dovoljenjem staršev, 12+, 15+, 18+, za oznake oddaj, primernih za starejše od označene starosti.
- Lokalne TV naj bi predvajale oddaje, ki so namenjene najmlajšim in otrokom do 6. leta starosti do 19. ure (ker kasneje ti otroci že spijo); oddaje, predvajane v tem času z vsebinami, ki pri otrocih vzbujajo tesnobo in nelagodje, pa naj bi bile označene z ZS.
- Oddaje, ki so namenjene otrokom do 12. leta starosti do približno 21. ure, označene z ZS.
- Oddaje, ki so namenjene otrokom nad 12 let starosti, naj bodo označene z 12+.
- Oddaje, ki so namenjene mladostnikom nad 15 let starosti, naj bodo označene s 15+.
- Oddaje, ki so primerne samo za osebe, starejše od 18 let, naj imajo oznako 18+.

4.4 Osnutek etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV Selnica ob Dravi

Direktor lokalne televizije MOJ TV, Mariborska cesta 65/a, 2352 Selnica ob Dravi, kot izdajatelj televizijskega programa je na podlagi določb Zakona o medijih (Uradni list RS št. 35/01 in 62/03) sprejel naslednji:

ETIČNI KODEKS

1. člen

S tem kodeksom se določijo estetska in etična merila za prikazovanje informativnih in izobraževalnih oddaj ter umetniških avdiovizualnih del, ki vključujejo prizore nasilja ali seksualnosti.

Po tem kodeksu se ravnaajo vsi zaposleni ter tudi zunanji sodelavci, ki ustvarjajo program lokalne televizije MOJ TV.

2. člen

Izdajatelj televizijskega programa MOJ TV kot tudi njegovi delavci morajo pri svojem delu skrbeti, da televizijski program ne predvaja pornografije ali pretiranega nasilja, če bi lahko predvajanje resno škodovalo duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladoletnikov.

Izdajatelj in vsi njegovi zaposleni ter zunanji sodelavci naj vselej upoštevajo pravila tega etičnega kodeksa in naj predvajanje vsebin iz prejšnjega člena tega kodeksa vršijo pod pogojem, da je s tehničnimi sredstvi oziroma z zaščito omejeno tako, da otroci in mladoletniki do takšnih vsebin nimajo dostopa.

Izdajatelj bo zagotovil, da bodo predvajanja programov, ki bi lahko resno škodovala otroku, tehnično predvajal samo v nočnih urah od 24 – 5 ure.

3. člen

Izdajatelj lahko predvaja informativne in izobraževalne oddaje ter umetniška dela, ki vključujejo prizore nasilja ali seksualnosti, vendar le ob upoštevanju teh estetskih in etičnih meril.

Izdajatelj bo med predvajanjem oddaj, ki bi vključevale nasilje ali seksualnost, ko je to določeno v prejšnjem odstavku tega člena, ekran označil z ustreznim vizualnim simbolom.

Izdajatelj določa naslednja estetska in etična merila za prikazovanje oddaj, del in prizorov, ki vključujejo prizore nasilja ali seksualnosti. Sestavine vizualnih del, ki bi lahko resno škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladoletnikov ne smejo biti.

Nespodobne in seksualne programske vsebine, ki imajo prizore človeške seksualnosti prikazane na način, ki otrokom in mladoletnim v vsakdanjem življenju ni enostavno dostopen. Prav tako izdajatelj ne bo razširjal pornografskih oddaj in vsebin, ki imajo ponižujoč prikaz spolnosti ter prikaze spolnosti, v katerih prevladuje nasilje.

Programske vsebine, ki bi po nepotrebnem poudarjale pretirano nasilje ali vzbujale rasno sovraštvo. Pretirano nasilje v prizorih pomeni nasilje v ožjem pomenu besede, ki vsebuje nasilje z orožjem, vojno nasilje, fizično in psihično mučenje, kriminalno nasilje ter spolno nasilje.

V vseh navedenih primerih se bo izdajatelj zavzel, da zlasti ne bo predvajal takšnih oddaj nasilja, ki bi ga otroci in mladoletni doživeli kot običajno in primerno za posnemanje.

4. člen

Izdajatelj bo slikovno obveščal gledalce v primerih potencialno škodljivih vsebin, da gledanje za mlajše otroke pod 15 let ni primerno.

5. člen

Izdajatelj se bo zavzel, da bo pri svojih programskih vsebinah avdiovizualnih programov poskrbel za zaščito otrok in mladoletnih tako, da bo v svojih programih

usklajeval starostne omejitve s časom predvajanja posameznih oddaj.

6. člen

Izdajatelj bo zagotovil pri svojem delu ustrezno interno klasifikacijo programskih vsebin in posebej označeval tudi v notranjem arhiviranju oddaj avdiovizualna dela, ki se nanašajo na nasilje in seksualnost.

Izdajatelj in tudi vsi njegovi zaposleni ter pogodbeni delavci so dolžni spoštovati ta etični kodeks povsem neodvisno in brez vsakega zunanjega vpliva.

7. člen

Direktor družbe – izdajatelja imenuje tričlanski svet za zaščito otrok in mladoletnih, ki ga sestavljata dva člana iz vrst zaposlenih oz. sodelavcev MOJ TV, ter enega člana iz vrst strokovnjakov na tem področju.

Svet za zaščito otrok in mladoletnih skrbi za uresničevanje tega kodeksa in njegovo vključevanje v delovne procese na vseh nivojih izdajatelja.

8. člen

Svet za zaščito otrok in mladoletnih pri MOJ TV je tudi organ prve stopnje, ki obravnava pritožbe gledalcev v zvezi z domnevnim kršitvam tega kodeksa, ki se tičejo prikazovanja prizorov nasilja ali seksualnosti.

Vsako prijavo oz. pritožbo svet obravnava najkasneje v roku 30 dni od njenega prijema in če ugotovi kršitve tudi ustrezno ukrepa. O svoji odločitvi svet izda odgovor oziroma sklep, ki se vroči pritožniku.

9. člen

Kopijo tega etičnega kodeksa direktor družbe pošlje Ministrstvu za kulturo Republike Slovenije in Svetu za radiodifuzijo.

10. člen

Pravila oziroma etični kodeks začne veljati v osmih dneh po objavi na oglasni deski lokalne televizije MOJ TV in na spletni strani televizije www.mojtv.si.

11. člen

Na spletni strani www.mojtv.si bo izdajatelj promoviral tudi pravila o označevanju programskih vsebin ter pritožbene postopke v zvezi s kršitvami tega kodeksa.

12. člen

Izdajatelj do konca februarja vsakega tekočega leta pošlje Ministrstvu za kulturo Republike Slovenije in Svetu za radiodifuzijo poročilo o izvajanju tega kodeksa.

V Selnici ob Dravi, 14. 08. 2008

MOJ TV

Direktor: Dejan Čegovnik

Moj komentar o členih Etičnega kodeksa lokalne televizije MOJ TV:

Etični kodeks je sestavljen iz 12 členov, kateri vsebujejo:

- Prvi člen vsebuje določila in estetska ter etična merila za prikazovanje informativnih in izobraževalnih oddaj, v katerih so prizori nasilja ali seksualnost. Po tem členu se ravnaajo vsi zaposleni ter zunanji sodelavci.
- Drugi člen se navezuje na prvi člen in izdajatelj zagotavlja, da se bodo predvajanja programov, katera bi lahko resno škodovala otrokov predvajajo v nočnih urah od 24 do 5 ure.
- Tretji člen določa, da bo izdajatelj ekran označil z ustreznim vizualnim simbolom za vse oddaje, ki bi vključevale nasilje ali seksualnost, katere bi lahko škodovala otrokom, prav tako ne bo izdajatelj razširil pornografskih oddaj, programske vsebine, kjer bi pretirano poudarjale nasilje ali vzbujale rasno sovraštvo (fizično, psihično mučenje, kriminalno nasilje ter spolno nasilje).
- Četrty in peti člen določata, da bo izdajatelj slikovno obveščal gledalce v primerih škodljivih vsebin, da gledanje mlajših otrok pod 15 letom ni primerno ter da bo usklajeval starostne omejitve s časom predvajanja posameznih oddaj.
- V šestem členu se izdajatelj zagotavlja da bo z ustrezno interno klasifikacijo označeval tudi v notranjem arhiviranju oddaj avdiovizualna dela, katera se nanašajo na nasilje in seksualnost.
- V sedmem členu izdajatelj navaja, da bo imenoval tričlanski svet za zaščito otrok in mladostnikov. Sestavljata ga dva člana iz vrst zaposlenih na MOJ TV in enega člana strokovnjaka na tem področju; svet skrbi za uresničevanje tega kodeksa.
- V osmem členu kodeksa je navedeno, da je zgoraj imenovani svet tudi organ prve stopnje, kateri obravnava pritožbe gledalcev v zvezi z domnevnimi kršitvami tega kodeksa, katere se nanašajo na prikazovanje prizorov nasilja ali seksualnosti. Vsako prijavo ali pritožbo mora svet obravnavati v času 30 dni ter ustrezno ukrepati ter izda odgovor oz. sklep, ki se vroči pritožniku.
- V devetem členu je navedeno, da direktor družbe pošlje kopijo tega etičnega kodeksa Ministrstvu za kulturo RS in svetu za radiodifuzijo.
- V desetem členu je navedena veljavnost tega etičnega kodeksa in sicer 8. dni po objavi na oglasni deski lokalne televizije MOJ TV in na spletni strani televizije info@mojtv.si.
- V enajstem členu je navedeno, da bo izdajatelj promoviral tudi pravila o označevanju programskih vsebin ter pritožbene postopke v zvezi s kršitvami tega kodeksa.
- V dvanajstem členu je navedeno, da bo izdajatelj do konca meseca februarja vsakega tekočega leta poslal Ministrstvu za kulturo RS ter svetu za radiodifuzijo tudi poročilo o izvajanju tega kodeksa

5 ANKETIRANJE FIZIČNIH OSEB

5.1 Opis poteka anketiranja

Z uporabo anketnega vprašalnika sem anketirala 50 fizičnih oseb na terenu – naključnih gledalcev programa MOJ TV ter 50 fizičnih oseb preko Interneta. Raziskavo sem delala na terenu v Občini Selnica ob Dravi v mesecih: avgustu in septembru 2008. Vzporedno je potekala tudi moja anketa 50 gledalcev lokalne televizije MOJ TV preko Interneta. Skupaj sem anketirala 100 fizičnih oseb. Pridobljene podatke iz ankete sem statistično obdelala in rezultate tabelarno predstavila.

5.2 Sestava anketnega vprašalnika

Anketni vprašalnik sem sestavila po navodilih mentorja. Z vprašalnikom sem ugotavljala:

- spola udeležencev anketnega vprašalnika;
- starosti anketirancev;
- stopnje izobrazbe;
- koliko časa gledajo TV na dan;
- ali so informativni prispevki na MOJ TV dovolj natančni in točni;
- vključila sem tudi načela: resnicoljubnosti, svobode ter načelo človečnosti,
- pomen lokalnih tv za lokalno območje;
- prednost lokalnih tv pred nacionalkami.

5.3 Izvedba ankete

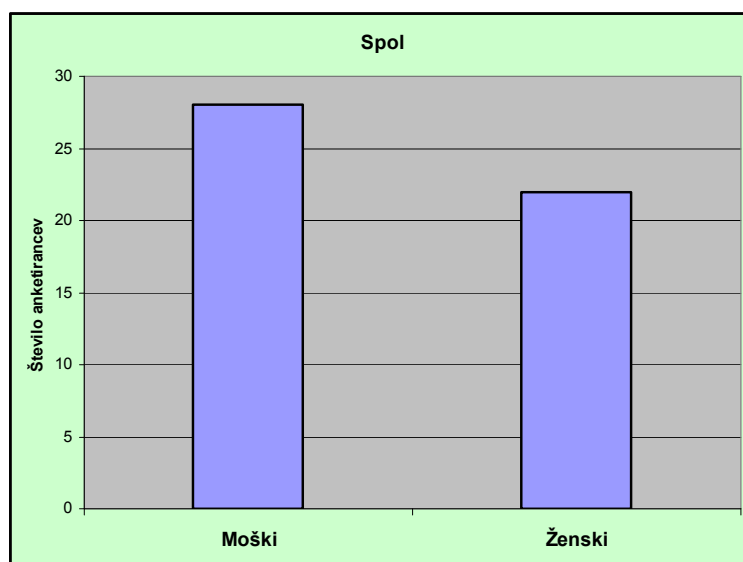
5.3.1 50 anketirancev preko Interneta

1. Spol anketiranih preko Interneta

Tabela 1: Anketirani preko Interneta: spol

Spol	
Moški	28
Ženski	22
Skupaj:	50

Vir: lasten



Grafikon 1: Spol anketiranih preko Interneta

Vir: lasten

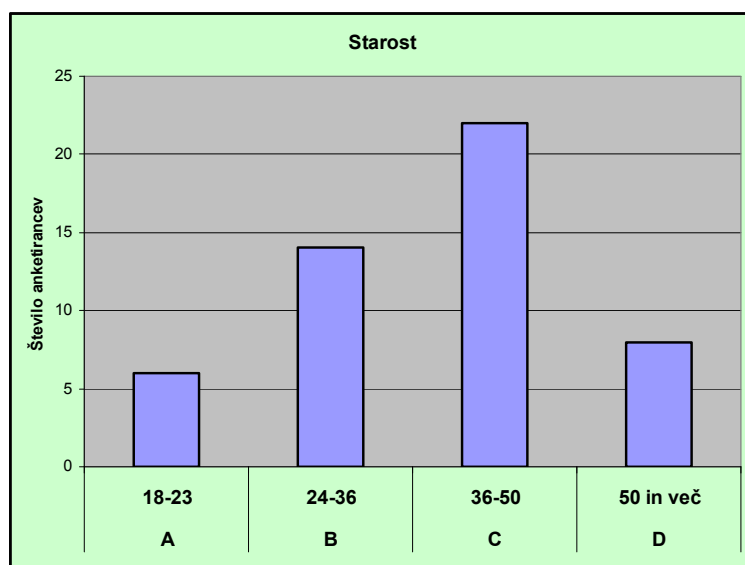
Komentar: Preko Interneta sem anketirala 28 moških in 22 žensk.

2. Starost anketiranih preko Interneta:

Tabela 2: Starost anketiranih preko Interneta

Starost		
A	18-23	6
B	24-36	14
C	36-50	22
D	50 in več	8
Skupaj:		50

Vir: lasten



Grafikon 2: Starost anketiranih preko Interneta

Vir: lasten

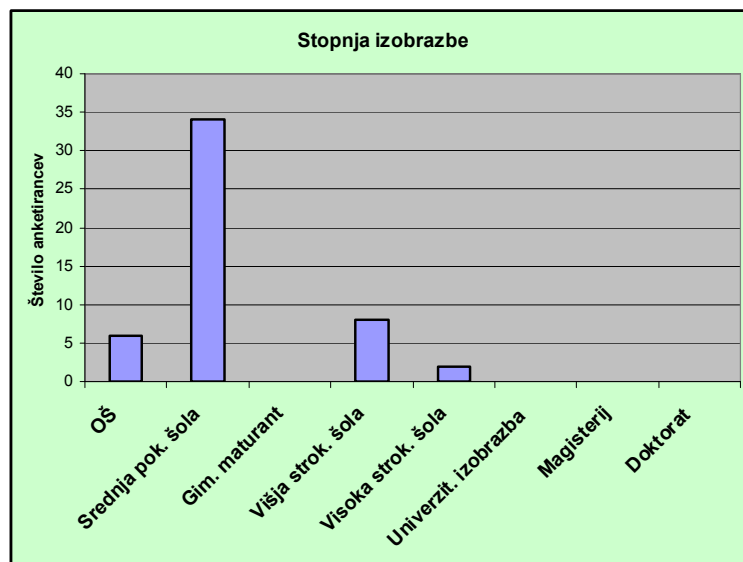
Komentar: Preko Interneta sem anketirala 6 anketirancev starih od 18-23 let, 14 anketirancev med 24-36 let, 22 anketirancev med 36-50 let ter 8 anketirancev starih več kot 50 let.

3. Stopnja izobrazbe:

Tabela 3: Stopnja izobrazbe - anketiranih preko Interneta

Stopnja izobrazbe:	
OŠ	6
Srednja pok. šola	34
Gim. maturant	0
Višja strok. šola	8
Visoka strok. šola	2
Univerzit. izobrazba	0
Magisterij	0
Doktorat	0
Skupaj:	50

Vir: lasten



Grafikon 3: Stopnja izobrazbe anketiranih preko Interneta

Vir: lasten

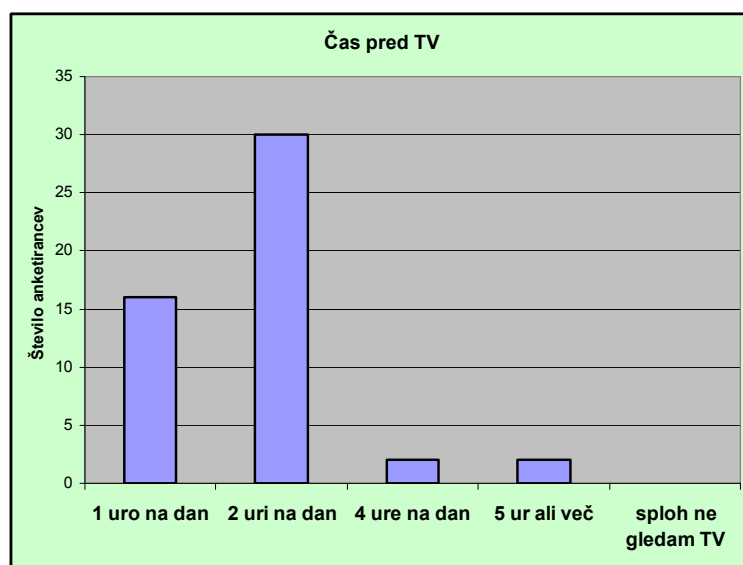
Komentar: Stopnja izobrazbe anketiranih preko Interneta je bila: 2 z visoko šolo, 8 z višjo šolo, 34 anketiranih s srednjo šolo ter 6 anketiranih z OŠ.

4. Koliko časa dnevno gledajo TV anketirani preko interneta?

Tabela 4: Koliko časa dnevno gledajo TV anketirani preko Interneta?

Čas gledanja TV	
1 uro na dan	16
2 uri na dan	30
4 ure na dan	2
5 ur ali več	2
sploh ne gledam TV	0
Skupaj:	50

Vir: lasten



Grafikon 4: Koliko časa dnevno gledajo TV anketirani preko Interneta?

Vir: lasten

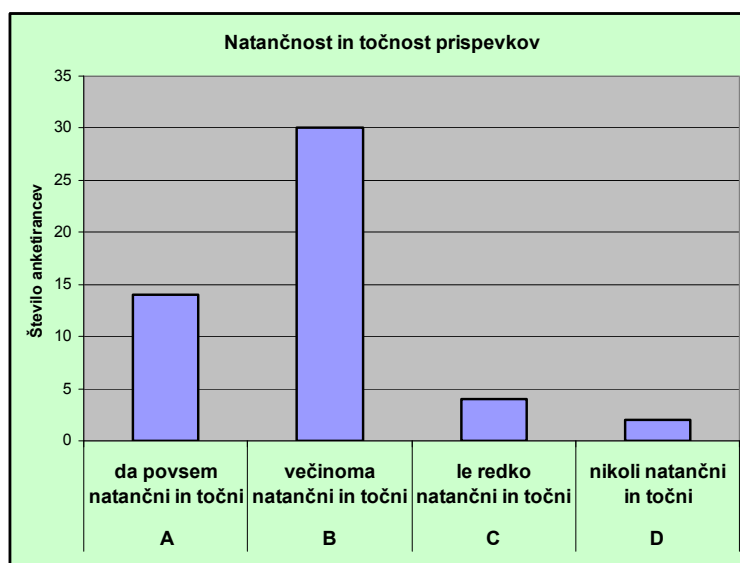
Komentar: 16 anketiranih preko Interneta gleda 1 uro TV na dan, 30 jih gleda 2 uri na dan, 2 gledata 4 ure na dan, 2 gledata TV več kot 5 ur na dan.

5. So informativni prispevki na MOJ TV dovolj natančni in točni?

Tabela 5: Natančnost in točnost prispevkov na MOJ TV anketirani - preko Interneta

Natančnost in točnost prispevkov		
A	da povsem natančni in točni	14
B	večinoma natančni in točni	30
C	le redko natančni in točni	4
D	nikoli natančni in točni	2
Skupaj:		50

Vir: lasten



Grafikon 5: Natančnost in točnost prispevkov na MOJ TV - anketirani preko Interneta

Vir: lasten

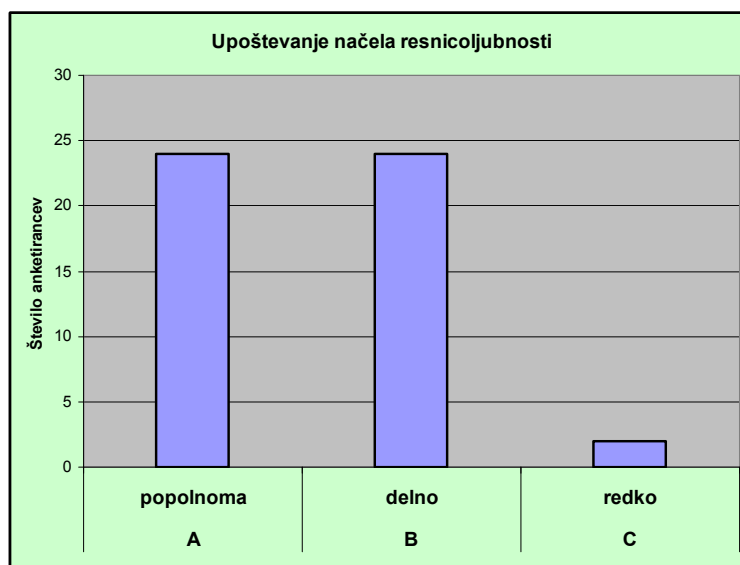
Komentar: Anketiranih preko Interneta je kar 30 podalo odgovor, da so prispevki večinoma natančni in točni, 14 jih je menilo, da so večinoma natančni in točni, 4 so menili, da so le redko natančni in točni, 2 sta odgovorila, da nikoli niso natančni in točni.

6. Ali se dovolj upošteva načelo resnicoljubnosti – natančnost in točnost poročanja?

Tabela 6: Upoštevanje načela resnicoljubnosti – anketirani preko Interneta

Upoštevanje načela resnicoljubnosti		
A	Popolnoma	24
B	Delno	24
C	Redko	2
Skupaj:		50

Vir: lasten



Grafikon 6: Upoštevanje načela resnicoljubnosti - preko Interneta

Vir: lasten

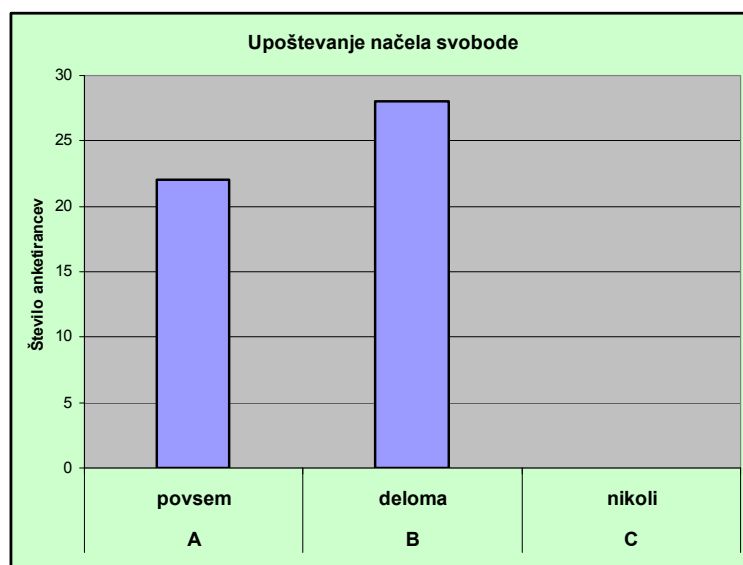
Komentar: Pri vprašanju upoštevanja načela resnicoljubnosti je kar 24 anketiranih preko Interneta odgovorilo z - popolnoma; 24 anketirancev je podalo odgovor: delno ter 2 anketirana sta odgovorila z redko.

7. Ali se na lokalni tv upošteva dovolj načelo svobode – da ni strankarskih pritiskov na novinarje in njihovo delo?

Tabela 7: Upoštevanje načela svobode – anketirani preko Interneta

Upoštevanje načela svobode		
A	Povsem	22
B	Deloma	28
C	Nikoli	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 7: Upoštevanje načela svobode – anketirani preko Interneta

Vir: lasten

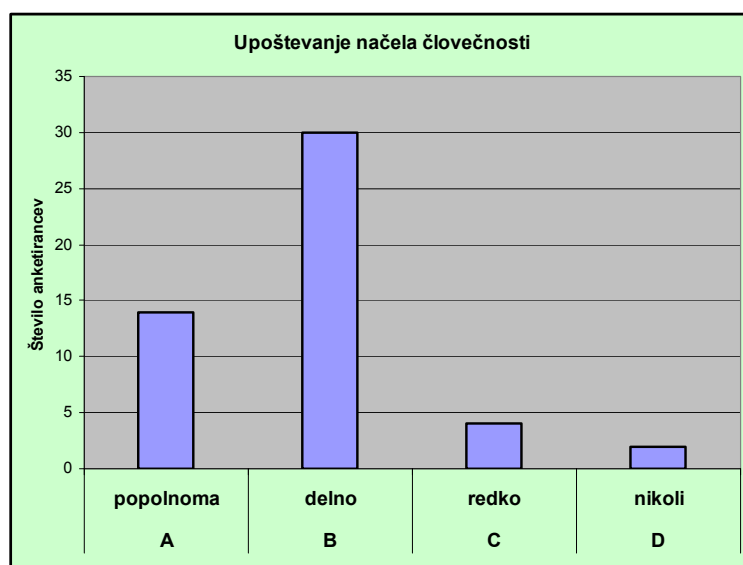
Komentar: Pri vprašanju upoštevanja načela svobode je 22 anketiranih preko Interneta bilo mnenja, da se povsem upošteva to načelo; 28 anketiranih pa je bilo mnenja, da le deloma.

8. Ali se dovolj dobro upošteva na lokalni TV načelo človečnosti – novinar naj pomaga sočloveku, ne sme povzročati namerne škode drugemu?

Tabela 8: Upoštevanje načela človečnosti – anketirani preko Interneta

Upoštevanje načela človečnosti		
A	Popolnoma	14
B	Delno	30
C	Redko	4
D	Nikoli	2
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 8: Upoštevanje načela človečnosti – anketirani preko Interneta

Vir: lasten

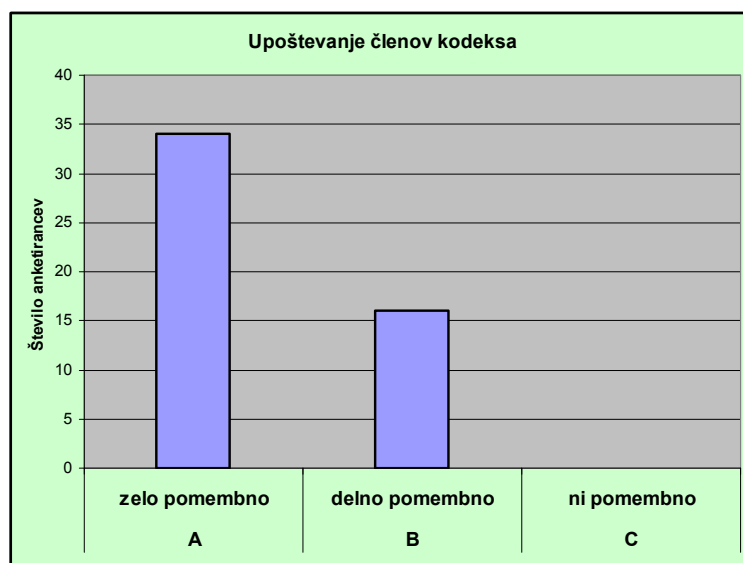
Komentar: Pri vprašanju upoštevanja načela človečnosti je kar 30 anketiranih preko Interneta bilo mnenja, da se to načelo upošteva le delno, 14 anketiranih je bilo mnenja, da se upošteva popolnoma, 4 anketirani so menili, da se to načelo upošteva le redko, 2 anketirana –pa sta bila mnenja, da se nikoli ne upošteva.

9. Se vam zdi pomembno, da eden od členov kodeksa novinarju omogoča, da nihče ne sme spremeniti, predelati ali skrajšati njegovega izdelka?

Tabela 9: Upoštevanje členov kodeksa – anketirani preko Interneta

Upoštevanje členov kodeksa		
A	zelo pomembno	34
B	delno pomembno	16
C	ni pomembno	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 9: Upoštevanje členov kodeksa – anketirani preko Interneta

Vir: lasten

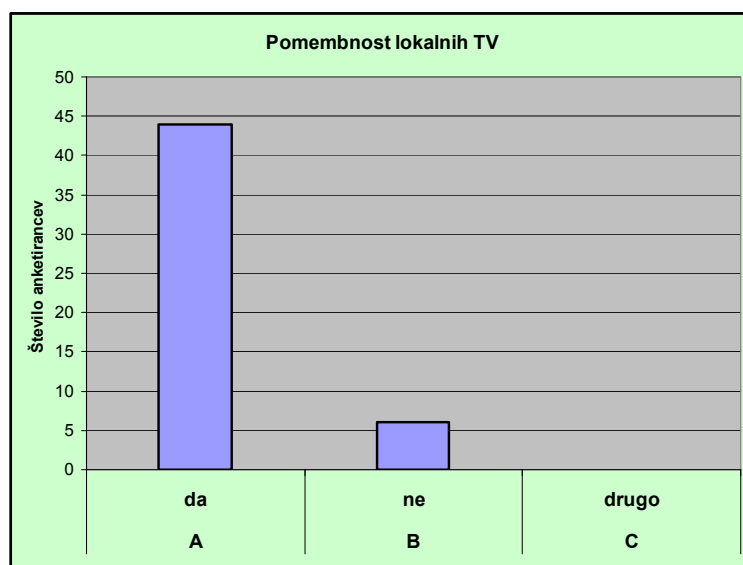
Komentar: 34 anketiranih preko Interneta je menilo, da je zelo pomembno, da nihče ne spremeni, predela ali skrajša njegov izdelek, 16 anketiranih pa je menilo, da je le delno pomembno.

10. Se vam zdi pomembno, da imajo določene Občine tudi lokalne TV?

Tabela 10: Pomembnost lokalnih TV – anketirani preko Interneta

Pomembnost lokalnih TV		
A	Da	44
B	Ne	6
C	Drugo	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 10: Pomembnost lokalnih TV – anketirani preko Interneta

Vir: lasten

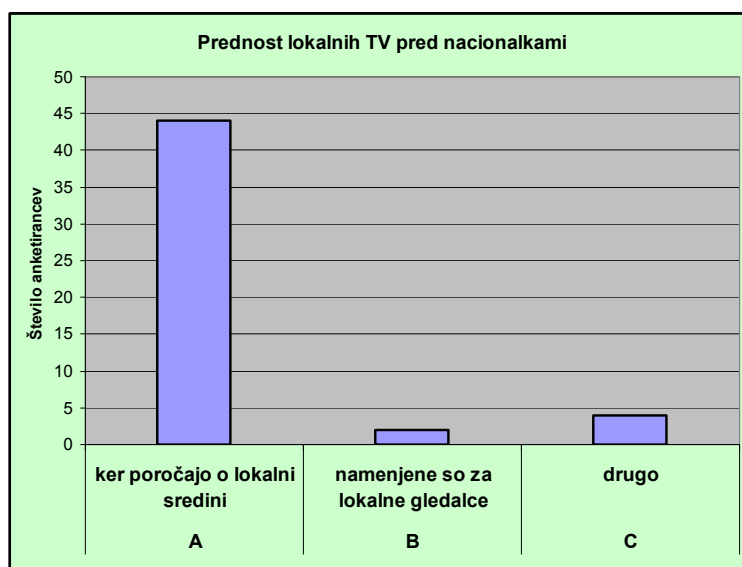
Komentar: Na vprašanje: Ali je pomembno, da imajo določene Občine tudi lokalne TV je kar 44 anketiranih preko Interneta odgovorilo z da, le 6 anketiranih pa z ne.

11. Zakaj so pomembne lokalne TV in v čem vidite njihovo prednost pred nacionalkami?

Tabela 11: Prednost lokalnih TV pred nacionalkami – anketirani preko Interneta

Prednost lokalnih TV pred nacionalkami		
A	ker poročajo o lokalni sredini	44
B	namenjene so za lokalne gledalce	2
C	Drugo	4
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 11: Prednost lokalnih TV pred nacionalkami – anketirani preko Interneta

Vir: lasten

Komentar: Na vprašanje zakaj so pomembne lokalne TV je kar 44 anketiranih preko Interneta odgovorilo – ker poročajo o lokalni sredini, 2 sta podala odgovor, ker so namenjene za lokalne gledalce, 4 anketirani pa so podali odgovor – drugo.

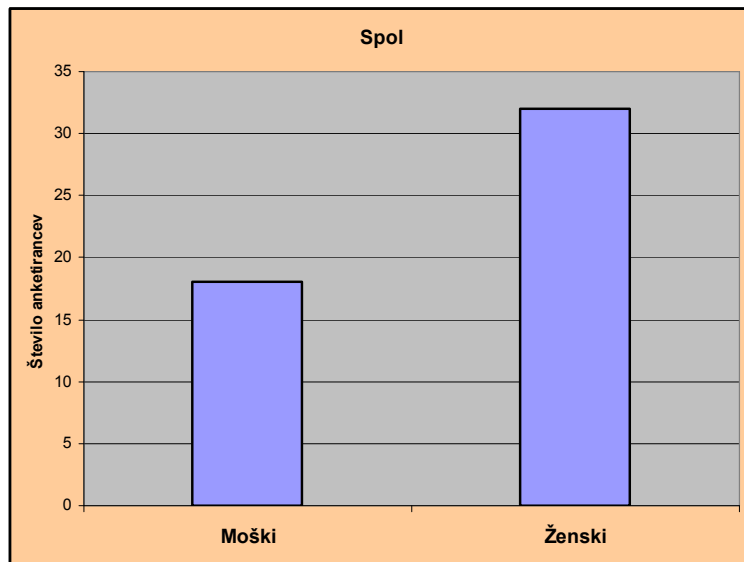
5.4 50 Naključnih anketirancev - gledalcev lokalne televizije MOJ TV na terenu

12. Spol anketiranih na terenu:

Tabela 12: Spol anketiranih gledalcev lokalne TV - na terenu

Spol	
Moški	18
Ženski	32
Skupaj:	50

Vir: lasten



Grafikon 12: Spol anketiranih gledalcev lokalne TV – na terenu

Vir: lasten

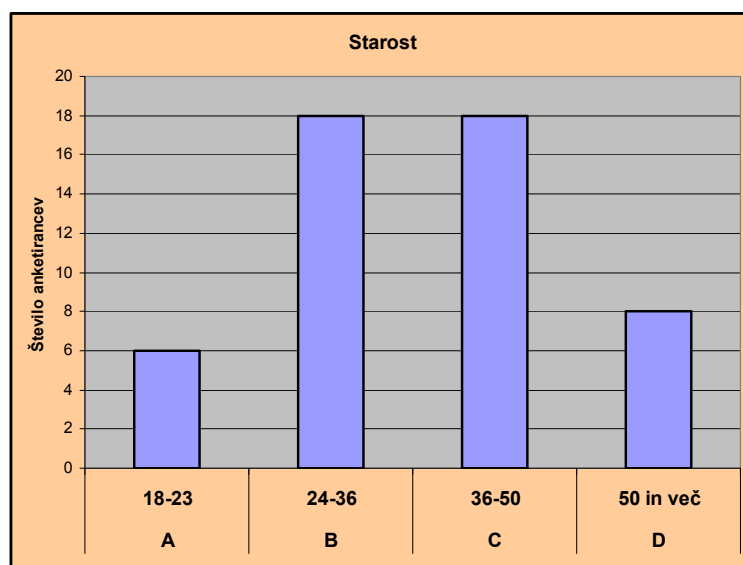
Komentar: Na terenu je bilo od 50 anketiranih 18 moških, 32 žensk.

13. Starost anketiranih na terenu:

Tabela 13: Starost anketiranih - na terenu

Starost		
A	18-23	6
B	24-36	18
C	36-50	18
D	50 in več	8
Skupaj:		50

Vir: lasten



Grafikon 13: Starost anketiranih na terenu

Vir: lasten

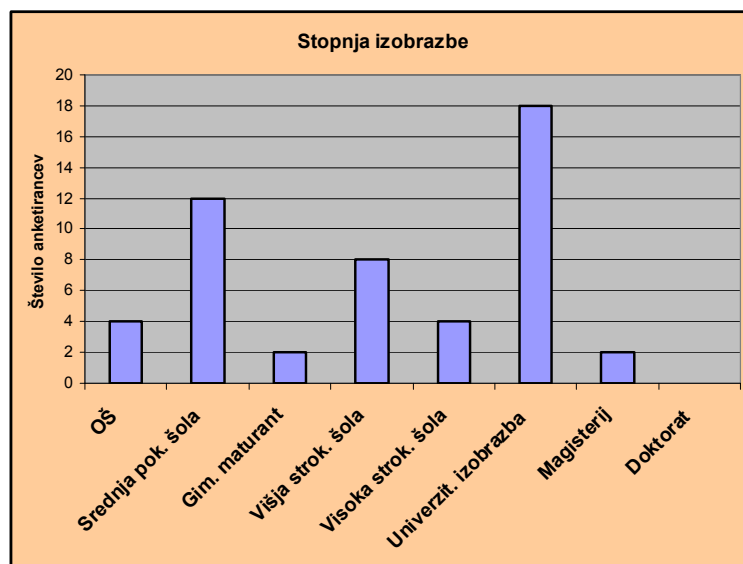
Komentar: Na terenu je bila starost anketiranih: 6 anketiranih je bilo starih 18-23 let, 18 anketiranih od 24-36 let, 18 anketiranih od 36-50 let ter 8 anketiranih od 50 let in več.

14. Stopnja izobrazbe anketiranih na terenu:

Tabela 14: Stopnja izobrazbe anketiranih na terenu

Stopnja izobrazbe:	
OŠ	4
Srednja pok. šola	12
Gim. maturant	2
Višja strok. šola	8
Visoka strok. šola	4
Univerzit. izobrazba	18
Magisterij	2
Doktorat	0
Skupaj:	50

Vir: lasten



Grafikon 14: Stopnja izobrazbe anketiranih na terenu

Vir: lasten

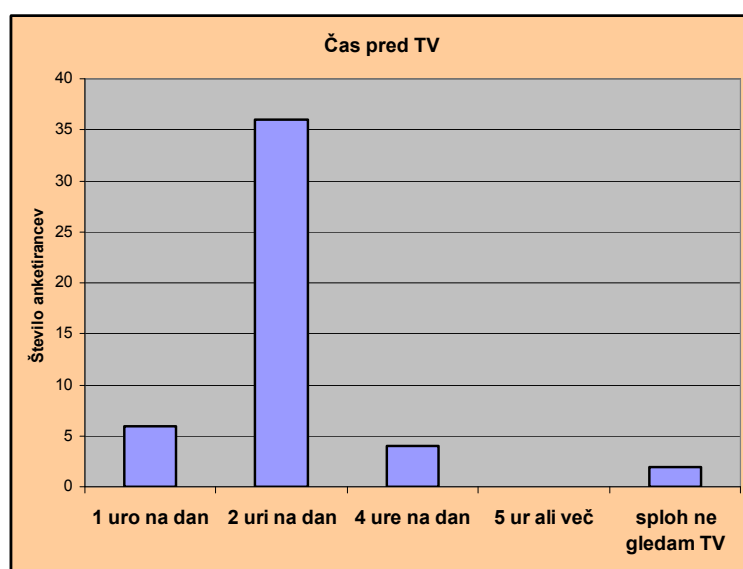
Komentar: Stopnja izobrazbe anketiranih na terenu je bila: 2 z magisterijem, 18 z univerz. izobrazbo, 8 z višjo šolo, 2 gim. maturanta, 12 z srednjo šolo, 4 z OŠ izobrazbo.

15. Koliko časa dnevno gledajo TV anketirani na terenu?

Tabela 15: Koliko časa dnevno gledajo TV anketirani na terenu?

Čas gledanja TV	
1 uro na dan	6
2 uri na dan	36
4 ure na dan	4
5 ur ali več	0
sploh ne gledam TV	2
Skupaj:	50

Vir: lasten



Grafikon 15: Koliko časa dnevno gledajo TV anketirani na terenu?

Vir: lasten

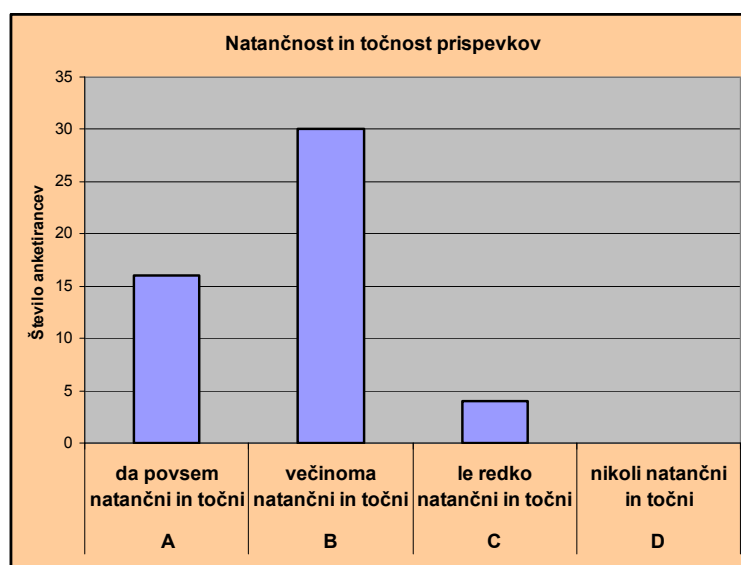
Komentar: Na vprašanje koliko časa gledajo TV na dan so anketirani na terenu odgovorili: 36 anketiranih gleda TV 2 uri na dan, 4 gledajo 4 ure TV na dan, 6 gleda 1 uro TV na dan, 2 anketirana ne gledata TV.

16. So informativni prispevki na MOJ TV dovolj natančni in točni?

Tabela 16: Natančnost in točnost prispevkov na MOJ TV – anketirani na terenu

Natančnost in točnost prispevkov		
A	da povsem natančni in točni	16
B	večinoma natančni in točni	30
C	le redko natančni in točni	4
D	nikoli natančni in točni	0
Skupaj:		50

Vir: lasten



Grafikon 16: Natančnost in točnost prispevkov na MOJ TV – anketirani na terenu

Vir: lasten

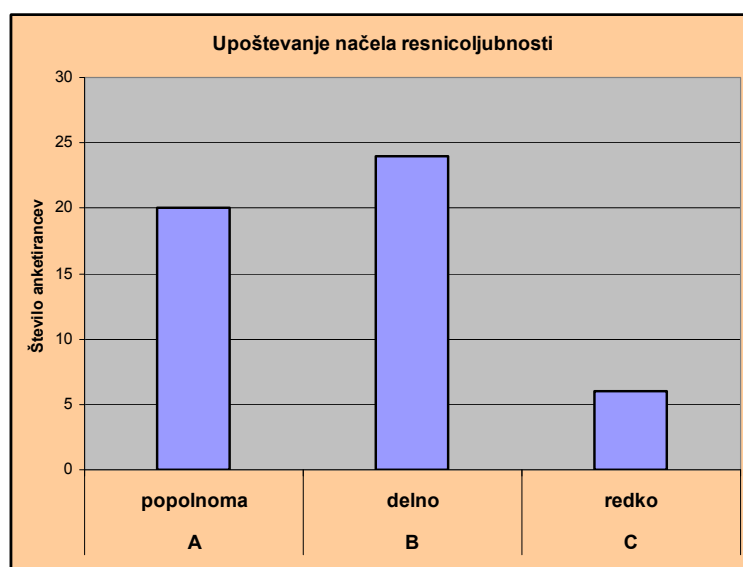
Komentar: Na vprašanje natančnost in točnost prispevkov na MOJ TV so anketiranci odgovorili: 30 anketiranih je bilo mnenja, da so večinoma natančni in točni, 16 je bilo mnenja, da so povsem natančni in točni, 4 so bili mnenja, da so le redko natančni in točni.

17. Ali se dovolj upošteva načelo resnicoljubnosti – natančnost in točnost poročanja?

Tabela 17: Upoštevanje načela resnicoljubnosti - anketirani na terenu

Upoštevanje načela resnicoljubnosti		
A	Popolnoma	20
B	Delno	24
C	Redko	6
Skupaj:		50

Vir: lasten



Grafikon 17: Upoštevanje načela resnicoljubnosti - anketirani na terenu

Vir: lasten

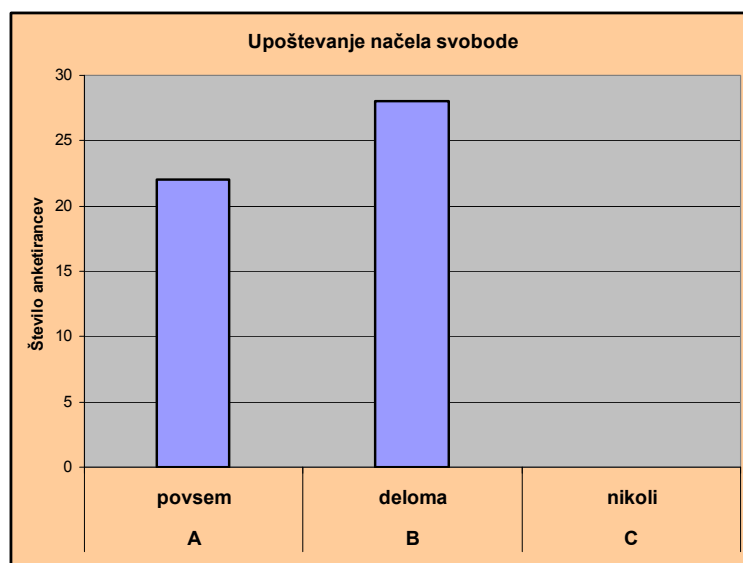
Komentar: Anketirani na terenu so pri vprašanju upoštevanja načela resnicoljubnosti bili mnenja: 20 jih je menilo, da se popolnoma upošteva to načelo, 24 jih je menilo, da se le delno upošteva to načelo, 6 anketiranih pa je bilo mnenja, da se redko upošteva to načelo.

18. Ali se na lokalni tv upošteva dovolj načelo svobode – da ni strankarskih pritiskov na novinarje in njihovo delo?

Tabela 18: Upoštevanje načela svobode - anketirani na terenu

Upoštevanje načela svobode		
A	Povsem	22
B	Deloma	28
C	Nikoli	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 18: Upoštevanje načela svobode - anketirani na terenu

Vir: lasten

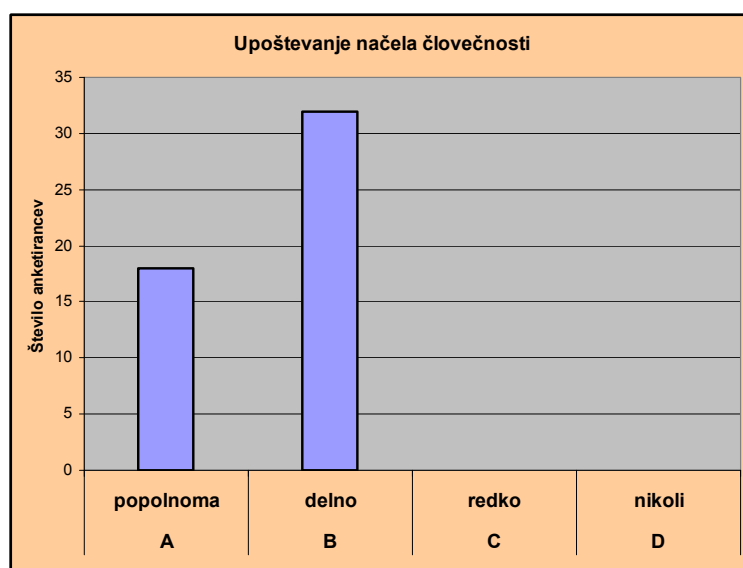
Komentar: Pri vprašanju upoštevanja načela svobode so anketirani na terenu bili mnenja: 22 jih je menilo, da se povsem upošteva to načelo, 28 jih je menilo, da se deloma upošteva to načelo.

19. Ali se dovolj dobro upošteva na lokalni TV načelo človečnosti – novinar naj pomaga sočloveku, ne sme pa povzročati namerne škode drugemu?

Tabela 19: Upoštevanje načela človečnosti - anketirani na terenu

Upoštevanje načela človečnosti		
A	Popolnoma	18
B	Delno	32
C	Redko	0
D	Nikoli	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 19: Upoštevanje načela človečnosti – anketiranci na terenu

Vir: lasten

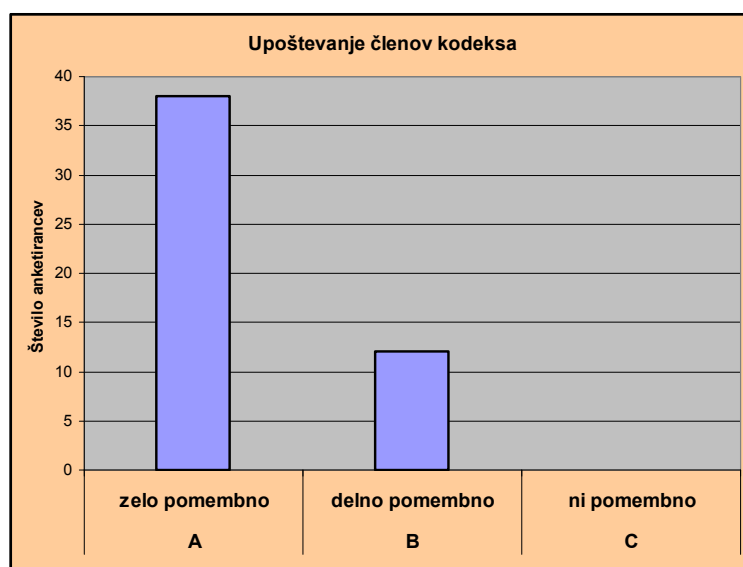
Komentar: Na vprašanje upoštevanja načela človečnosti je bilo 18 anketirani na terenu mnenja, da se popolnoma upošteva to načelo, 32 pa jih je bilo mnenja, da se to načelo upošteva le delno.

20. Se vam zdi pomembno, da eden od členov kodeksa novinarju omogoča, da nihče ne sme spremeniti, predelati ali skrajšati njegovega izdelka?

Tabela 20: Člen kodeksa - anketirani na terenu

Upoštevanje členov kodeksa		
A	zelo pomembno	38
B	delno pomembno	12
C	ni pomembno	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 20: Upoštevanje člena kodeksa - anketirani na terenu

Vir: lasten

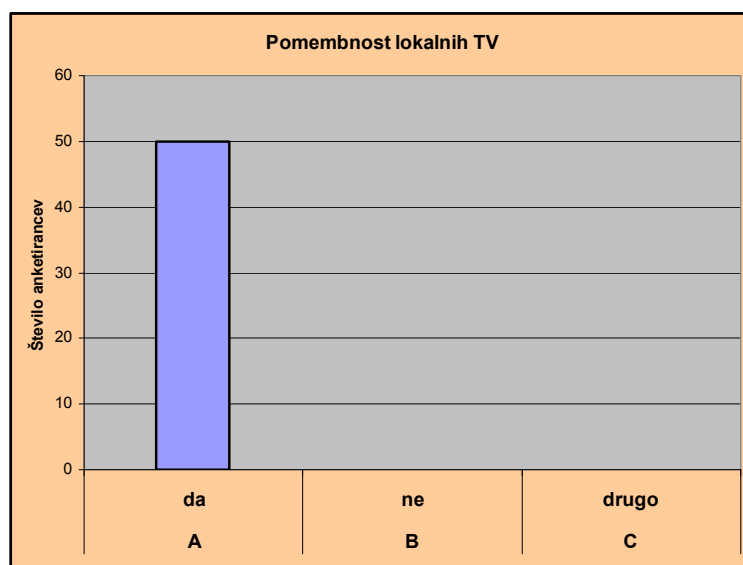
Komentar: Na vprašanje ali je pomembno, da eden od členov kodeksa novinarju omogoča, da nihče ne sme spremeniti, predelati ali skrajšati njegov izdelek so anketirani na terenu odgovorili: 38 je bilo mnenja, da je zelo pomembno, 12 je bilo mnenja, da je delno pomembno.

21. Se vam zdi pomembno, da imajo določene Občine tudi lokalne TV?

Tabela 21: Pomembnost lokalne TV - anketirani na terenu

Pomembnost lokalnih TV		
A	Da	50
B	Ne	0
C	Drugo	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 21: Pomembnost lokalne TV - anketirani na terenu

Vir: lasten

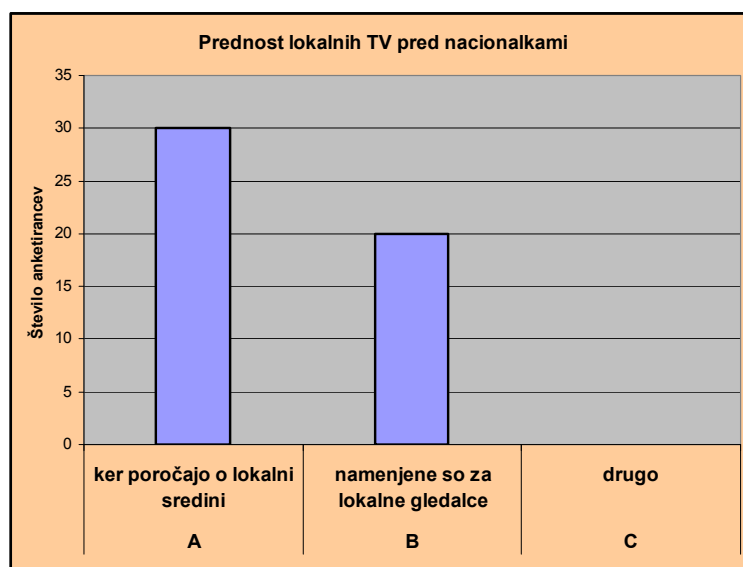
Komentar: Na vprašanje ali je pomembno, da imajo določene Občine lokalne TV je vseh 50 anketirancev odgovorilo: da.

22. Zakaj so pomembne lokalne TV in v čem vidite njihovo prednost pred nacionalkami?

Tabela 22: Pomembnost lokalne TV pred nacionalkami - anketirani na terenu

Prednost lokalnih TV pred nacionalkami		
A	ker poročajo o lokalni sredini	30
B	namenjene so za lokalne gledalce	20
C	Drugo	0
Skupaj		50

Vir: lasten



Grafikon 22: Pomembnost lokalne TV pred nacionalkami - anketirani na terenu

Vir: lasten

Komentar: Na vprašanje zakaj so pomembne lokalne TV in v čem je njihova prednost pred nacionalkami so anketirani odgovorili: 30 anketiranih je odgovorilo: ker poročajo o lokalni sredini, 20 anketiranih: ker so namenjene za lokalne gledalce.

6 ZAKLJUČEK – MOJE ZAKLJUČNE UGOTOVITVE

6.1 Prednosti lokalnih TV in njihov pomen

Prednosti lokalne televizije TV vidim v tem, da je namenjena lokalni sredini, kjer ima sedež, kjer se določene informacije dogajajo – zgodijo.

Lokalna TV je v lokalni skupnosti zelo pomembna, saj to lokalno skupnost – sredino tudi zalaga z dnevnimi obvestili o dogodkih, ki so se že zgodili in obvešča o prihajajočih le-teh. Kot so ankete pokazale, si anketiranci želijo lokalnih TV in jih tudi podpirajo. Kar 74 anketirancev od skupnih 100 anketiranih je bilo tega mnenja. Pomembnosti lokalnih TV pa so anketiranci dali skupaj kar 94 glasov. Iz tega je razvidno, da so v bistvu bolj pomembne kot bi pričakovali. Tudi na vprašanje o tem, da novinarji naj ne bi spreminjali, skrajšali ali predelali določene izdelke so anketiranci kar potrdili z 72 glasovi. Prednost lokalne TV vidim tudi v tem, da poroča o kulturnih, športnih dogodkih, prireditvah ter ostalih prireditvah v lokalni sredini. Vključuje se tudi mladina, snemalci, montažerji, računalničarji. Mladi in starejši gostje pridejo v studio na snemanje intervjujev. Razna predvolilna srečanja strank, obisk predstavnikov raznih društev kot so: lovsko društvo, ribiško, odbojgarsko, nogometno, rokometno, društvo podeželskih žena, društvo za ohranjanje ljudskega izročila. Na lokalni TV se velikokrat tudi predstavijo razni krožki, ki potekajo na OŠ, mentorji teh krožkov pridejo v studio in predstavijo razne vsebine, da naredijo na mlade dober vtis ter zanimanje za obisk teh dejavnosti. Zanimive so tudi razne oddaje v živo, kjer pridejo gostje in poteka pogovor o določeni temi ter gledalci lahko direktno kličejo v studio in sodelujejo z vprašanji v času potekanja same oddaje.

Velik pomen lokalne TV vidim tudi v času Občinskega praznika v mesecu maju. Takrat se v Občini Selnica ob Dravi odvijajo razne prireditve, ki se odvijajo v časovnem razmiku treh tednov. Veliko teh prireditev je športnih, kulturnih, zabavnih. Nekatere od teh oddaj snema tudi naša lokalna televizija MOJ TV, katere nato predvajajo na lokalni TV še nekaj časa.

6.2 Slabosti lokalnih TV

Slabosti lokalnih TV vidim predvsem v tem, da je težko konkurirati – tekmovati z multinacionalkami, saj te se financirajo iz državnega proračuna, med tem, ko so lokalne TV velikokrat kar v privatni lastni. Lokalne TV so odvisne od dobrega posluha Občin, v katerih se nahajajo in kjer delujejo. Osebnostno si želim še več lokalnih TV, saj je konkurenca za multinacionalke dobrodošla.

Slabost lokalne televizije MOJ TV vidim tudi, da je premalo podpore s strani sosednjih Občin npr. Občine Ruše, Občine Lovrenc na Pohorju ter Občine Selnica ob Dravi. Tukaj vidim še velik potencial za lokalno televizijo MOJ TV. Snemanje raznih Občinskih prireditev v času kulturnih praznikov, športna srečanja med Občinami, razne poletne prireditve. Menim, da se vodje teh Občin še premalo zavedajo pomena, da imajo v bližini

svojo lokalno televizijo. Tukaj vidim še velik potencial, ki bi ga bilo še potrebno razdelati, usposobiti. Zaposliti bi bilo potrebno razne delavce preko javnih del z Občin kot na primer: medijske poročevalce »informatorje« na področju teh Občin, ki bi delali tako preko Občin in lokalne televizije MOJ TV. Menim, da obstajajo takšni programi, kjer bi se lahko preko Ministrstva za kulturo ali preko EU programov dalo pridobiti sredstva za ta delovna mesta, s tem bi se zmanjšalo tudi število nezaposlenih v teh Občinah.

Za konec misel iz Pridigarja 1/7:

**Vse reke tečejo v morje,
a morje se ne prenapolni,
v kraj, kamor reke teko,
tja teko vedno znova...**

7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1. Bajuk J., Denis Kostrevec, Gorazd Podbevšek: Kodeksi vladanja podjetjem v EU,
2. Bourdieu P.: Na televiziji, Založba Krtina, Ljubljana 2001,
3. Briggs A., Burke P.: Socialna zgodovina medijev, Založba Sophia, Ljubljana 2005,
4. Canfield J., Hansen M., Rogerson M., Rutte M., Class T.: Kurja juhica za delovno dušo, Založba mladinska knjiga, Ljubljana 1999,
5. Đurič D.: Novinarska delavnica, Delavska enotnost, Ljubljana 1986,
6. Hargreaves I.: Novinarstvo, Založba Krtina, Ljubljana 2007, Izkušnje za Slovenijo, Združenje Manager, Ljubljana 2003.
7. Košir M., Ranfl R.: Vzgoja za medije, DZS, Ljubljana 1996,
8. Kotler P., Rrias de Bes F.: Lateralno trženje, GV Založba, Ljubljana 2004,
9. Kotler P.: Management trženja, GV Založba, Ljubljana 2004,
10. Kralj M., Bezjak Ivanuša M., Senčar A.: Kultura podjetja, Academia d.o.o Maribor 2008,
11. Kralj M., Kodeks poslovne etike Academia, Academia marec 2004,
12. Laban V.: Osnove televizijskega novinarstva, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana 2007,
13. Laban V.: Televizijsko novinarstvo, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana 2007,
14. Milosavljevič M.: Novinarska zgodba, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana 2003,
15. Močnik D.: Ekonomika medijev, Univerza v Mariboru, 2007,
16. Perovič T., Šipek Š.: TV novice, ŠOU študentska založba, Ljubljana 1998,
17. Poler Kovačič M., Erjavec K.: Uvod v novinarske študije, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana 2005,
18. Poler M.: Novinarska etika, Magnolija d.o.o, Ljubljana 1997,
19. Potočnik V.: Temelji trženja, GV Založba, Ljubljana 2005,
20. Sveto pismo, Knjiga pregovorov, Delo tiskarna, Ljubljana 1994
21. Zdovc Merljak S.: Literarno novinarstvo, Modrijan založba d.o.o., Ljubljana 2008,
22. Združenje seniorjev SI – managerjev in strokovnjakov: Delati etično, Založba Mondena, Ljubljana 2002.
23. <http://www.google.si/search?hl=sl&q=ETI%C4%8CNI+KODEKS+&meta=>
24. <http://www.google.si/search?hl=sl&q=ETI%C4%8CNI+KODEKS+NA+TELEVIZIJI&meta>
25. http://stres.a.gape.org/probl_mediji/nov_etika_pihlar.doc
26. <http://www.mojtv.si>
27. <http://www.ltv-giz.si>
28. <http://www.google.si/search?hl=sl&q=etika&meta=>
29. <http://www.vecer.si/>
30. <http://www.selnica.si/obcina/>
31. <http://www.arso.gov.si>
32. <http://www.google.si/search?hl=sl&q=kodeks+slovenskih+novinarjev&meta=>
33. <http://www.apek.si/>
34. http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/jacimovic409.pdf
35. http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/grah1384.pdf
36. <http://www.tvcelje.si/index.cgi?m=51&id=11;>
37. http://www.tvpika.net/sl/informacija.asp?id_meta_type=28&type_informacij=1;
38. [http://www.petelin.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=39http://etv.elektroprom.si/;](http://www.petelin.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=39http://etv.elektroprom.si/)
39. http://studio-signal.skyline.si/dokumenti/eticni_estetski_kodeks;
40. <http://www.sponka.tv/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=60>

8 PRILOGE - ANKETNI VPRAŠALNIK

Sem študentka višje strokovne šola Academia. Dve leti sem honorarno delala kot novinarka na lokalni televiziji MOJ TV, zato sem se odločila, da bom v svoji diplomski nalogi poskušala ugotoviti: kakšen je danes pomen lokalnih televizij, njihova gledanost, kako je upoštevana etika na teh lokalnih televizijah. Skušala bom pridobiti tudi zanimive informacije o temah in programih, ki današnje gledalce zanimajo.

PRILOGA

ANKETNI VPRAŠALNIK

1.Spol: (obkrožite)

Moški

Ženski

2.Starost: (obkrožite)

18 – 23

24 – 36

36 – 50

50 in več

3.Stopnja izobrazbe: (obkrožite)

Osnovna šola

Srednja poklicna šola

Gimnazijski maturant

Višja strokovna šola

Visoka strokovna šola

Univerzitetna izobrazba

Magisterij

Doktorat

4. Koliko časa gledate na dan TV? (obkrožite)

1 uro na dan

2 uri na dan

4 ure na dan

5 ur ali več

Sploh ne gledam TV

5. Ali se vam zdijo informativni prispevki na MOJ TV dovolj natančni in točni?

- a) da povsem natančni in točni
- b) večinoma natančni in točni
- c) le redko natančni in točni
- d) nikoli natančni in točni

6. Ali se dovolj upošteva načelo resnicoljubnosti – natančnost in točnost poročanja?

- a) popolnoma
- b) delno
- c) redko

7. Ali se na lokalni tv upošteva dovolj načelo svobode – da ni strankarskih pritiskov na novinarje in njihovo delo?

- a) povsem
- b) deloma
- c) nikoli

8. Ali se dovolj dobro upošteva na lokalni tv načelo človečnosti – novinar naj pomaga sočloveku, ne sme povzročati namerne škode drugemu?

- a) popolnoma
- b) delno
- c) redko
- d) nikoli

9. Se vam zdi pomembno, da eden od členov kodeksa novinarju omogoča, da nihče ne sme spremeniti, predelati ali skrajšati njegovega izdelka?

- a) zelo pomembno
- b) delno pomembno
- c) ni pomembno

10. Se vam zdi pomembno, da imajo določene Občine tudi lokalne televizije? (obkrožite)

- a) da
- b) ne
- c) drugo

11. Zakaj so pomembne lokalne televizije in v čem vidite njihovo prednost pred nacionalkami? (obkrožite)

- a) ker poročajo o lokalni sredini
- b) namenjene so za lokalne gledalce
- c) drugo

Zahvaljujem se Vam za sodelovanje in Vam še naprej želim lep in uspešen dan.

Bernarda Mandres

8.1 Primer: Etični kodeks televizije Celje

ETIČNI KODEKS TELEVIZIJE CELJE

Na podlagi 4.odstavka, 84.člena Zakona o medijih, (Uradni list RS, št.110/06 ZMed-UPB1) podjetje Tv Celje d.o.o., Mariborska 86, 3000 Celje, izdajatelj televizijskega programa Televizija Celje, ki ga zastopa direktor Aljoša Pfeifer, kot interna pravila določa naslednji

ETIČNI KODEKS

1. IZHODIŠČE

S tem etičnim kodeksom se določajo interna etična in estetska merila za predvajanje programskih vsebin s prizori nasilja ali seksualnosti v televizijskem programu Televizija Celje.

2. VSEBINA KODEKSA

S tem kodeksom se določa:

- vsebinske pogoje, časovne omejitve in način tehnične zaščite glede na starostne omejitve za objavljane programskih vsebin, ki bi lahko škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladostnikov,
- odgovornost za oblikovanje internih pravil in njihovo izvrševanje,
- postopek in odgovornost oseb za obravnavanje pritožb s področja, ki ga ureja ta kodeks,
- načine promocije vsebin, ki ga določa ta kodeks.

3. VSEBINSKE OMEJITVE ZA PREDVAJANJE PROGRAMA TV CELJE

V televizijskem programu Televizija Celje se ne predvaja oddaj s pornografskimi vsebinami in z vsebinami pretiranega nasilja, ki bi lahko škodovala duševnemu, moralnemu ali telesnemu razvoju otrok in mladostnikov, razen po pogojih in v skladu z merili, ki so določena s tem etičnim kodeksom.

Za oddajo iz prvega odstavka tega člena se šteje vsaka televizijska zvrst, ne glede na avtorja in producenta.

Programske vsebine oddaj, ki jih program Televizija Celje ne predvaja so zlasti tiste, ki vključujejo pretirano nasilje, določene pornografske podžanre z eksplicitnim nasiljem, kot so pedofilski in nekrološki materiali, pedofilija s prizori sodomije, sadomazohistična pornografija, in vse druge oblike pornografije, ki vključujejo prikaze spolnih dejanj z uporabo takoj prepoznavnega in grobega nasilja.

Televizija Celje lahko predvaja informativne prizore s fizičnim, verbalnim in drugim psihičnim nasiljem ter prizore seksualnosti le v določenih časovnih terminih, ob upoštevanju starostnih kategorij in tehnične zaščite oddaj.

4. ČASOVNE OMEJITVE PREDVAJANJA DOLOČENIH ODDAJ

Televizija Celje lahko predvaja oddaje iz 3.točke tega kodeksa ob upoštevanju starostnih kategorij v naslednjih časovnih terminih:

- med 21.00 in 05.00 uro: vsebine, ki niso primerne za otroke, mlajše od 12 let, ter vsebine, ki niso primerne za otroke, mlajše od 15 let,
- med 24.00 in 05.00 uro: vsebine, ki niso primerne za mlajše od 18 let.

5. TEHNIČNA ZAŠČITA – OZNAČEVANJE PROGRAMSKIH VSEBIN

Oddaje Televizije Celje iz 4.točke tega kodeksa bodo posebej označene z namenom zaščite otrok in mladostnih z oznakami:

- »ZS» - z dovoljenjem staršev ali skrbnikov,
- »12+«, »15+«, »18+« - oznake oddaj, primernih za starejše od označene starosti.

Televizija Celje bo predvajala:

- oddaje, ki so namenjene najmlajšim in otrokom do 6.leta starosti, do 19.00 ure, pri čemer bodo oddaje z vsebinami, ki pri otrocih vzbujajo tesnobo in nelagodje, označene z ZS,
- oddaje, ki so namenjene otrokom do 12.leta starosti, do 21.00 ure, označene z ZS,
- oddaje, ki so namenjene otrokom nad 12-tim letom starosti, označene z 12+,
- oddaje, ki so namenjene mladostnim nad 15-tim letom starosti z oznako 15+,
- oddaje, ki so primerne samo za osebe, starejše od 18 let, z oznako 18+.

Televizija Celje bo pred predvajanjem oddaj z vključenimi prvini nasilja in programskimi vsebinami, ki bi lahko škodovala razvoju otrok in drugih oseb, mlajših od 18 let ali mladostnikom, oddaje najavila z ustreznimi oznakami (ZS, 12+, 15+, 18+).

6. ODGOVORNOST ZA OBLIKOVANJE INTERNIH PRAVIL IN NJIHOVO IZVRŠEVANJE

Odgovorna instances za oblikovanje etičnega kodeksa in njegovo izvajanje v programu Televizija Celje je odgovorni urednik.

7. REŠEVANJE PRITOŽB

Izdajatelj programa Televizija Celje bo vsako pritožbo s področja tega kodeksa obravnaval posamično, v roku treh dni po prejemu pritožbe in odgovoril pritožniku v sedmih dneh. Z vsebino pritožbe in odgovorom se seznani vse sodelujoče pri ustvarjanju obravnavanih in predvajanih vsebin Televizije Celje.

8. PROMOCIJA

Izdajatelj programa Televizija Celje bo v skladu s programsko shemo in na svojih teletekst straneh promoviral pravila o označevanju programskih vsebin, ki so predmet tega kodeksa, odgovornosti izdajatelja programa, starševske odgovornosti ter pritožbene mehanizme.

9. DRUGI POGOJI ZA PRIPRAVO ODDAJ

Poleg tega kodeksa, se pri pripravi oddaj za predvajanje v programu Televizije Celje, ki so pomembne za zaščito otrok in mladostnikov, upošteva predpise, ki urejajo to področje, zlasti Zakon o medijih, Konvencijo o človekovih pravicah in osebnih svoboščinah, Splošno deklaracijo o človekovih pravicah, Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta o televiziji brez meja kot tudi Smernice Sveta za radiodifuzijo za vsebinsko oblikovanje internih etičnih in estetskih pravil izdajateljev televizijskih programov.

10. KONČNA DOLOČBA

Ta kodeks začne veljati z dnem, ko ga podpiše direktor izdajatelja. Z njim se seznani vse zaposlene in druge sodelavce Televizije Celje.

Celje, 11.12.2006

Aljoša Pfeifer